

2024年度 第2四半期決算について

2024年11月7日

株式会社NTTドコモ



1 決算概況

決算概況

対前年増収減益。業績予想に対し順調に進捗

IFRS (億円)	2023年度 上期	2024年度 上期	対前年比		2024年度 業績予想
			増減	増減率	
営業収益	29,464	29,938	+474	+1.6%	62,440
営業利益	5,808	5,533	▲274	▲4.7%	11,700
EBITDA	9,295	9,147	▲148	▲1.6%	18,910
当社株主に帰属する 四半期利益	4,044	3,890	▲154	▲3.8%	7,990
設備投資	2,601	2,575	▲25	▲1.0%	7,490

セグメント別 営業収益

スマートライフの二桁成長によりコンシューマは増収、法人は前年同水準を確保

IFRS (億円)		2023年度 上期	2024年度 上期	対前年比	
				増減	増減率
	営業収益	21,723	22,204	+481	+2.2%
コンシューマ	スマートライフ	5,210	5,901	+691	+13.3%
	コンシューマ通信	16,703	16,495	▲208	▲1.2%
法人	営業収益	8,794	8,789	▲4	▲0.1%

セグメント別 営業利益

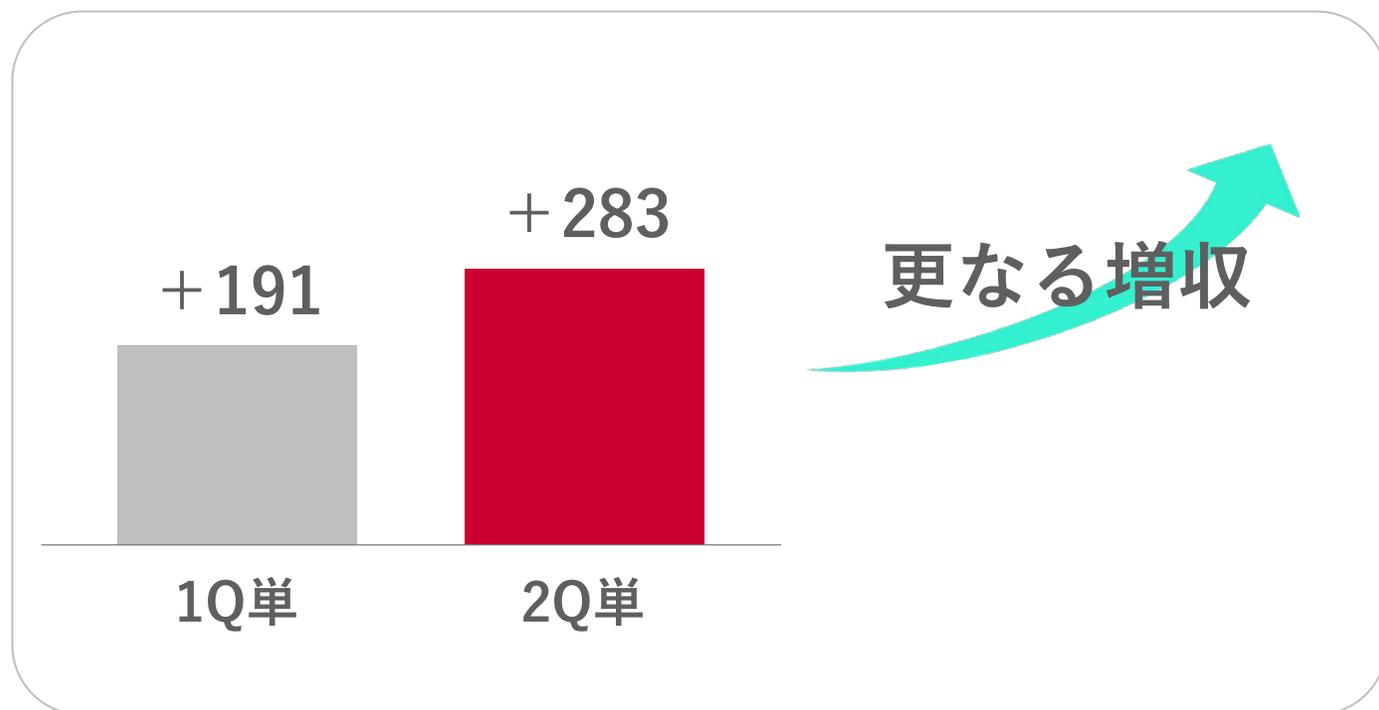
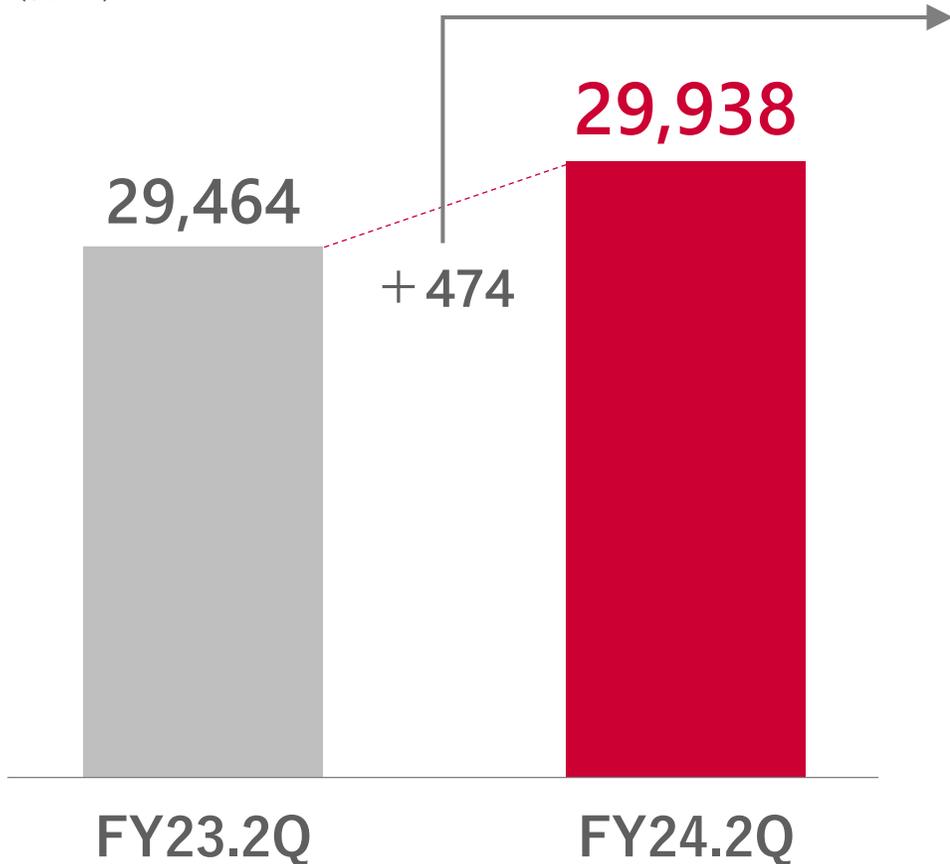
スマートライフは20%超の大幅増益。コンシューマ通信、法人は減益

	IFRS (億円)	2023年度 上期	2024年度 上期	対前年比	
				増減	増減率
コンシューマ	営業利益	4,386	4,155	▲231	▲5.3%
	スマートライフ	1,034	1,274	+241	+23.3%
	コンシューマ通信	3,353	2,881	▲472	▲14.1%
	EBITDA	7,155	6,995	▲161	▲2.2%
	スマートライフ	1,269	1,579	+309	+24.4%
	コンシューマ通信	5,886	5,416	▲470	▲8.0%
法人	営業利益	1,421	1,378	▲43	▲3.0%
	EBITDA	2,140	2,152	+13	+0.6%

営業収益

対前年増収。1Qと比較し増収幅が拡大、トレンドを維持し
更なる増収をめざす

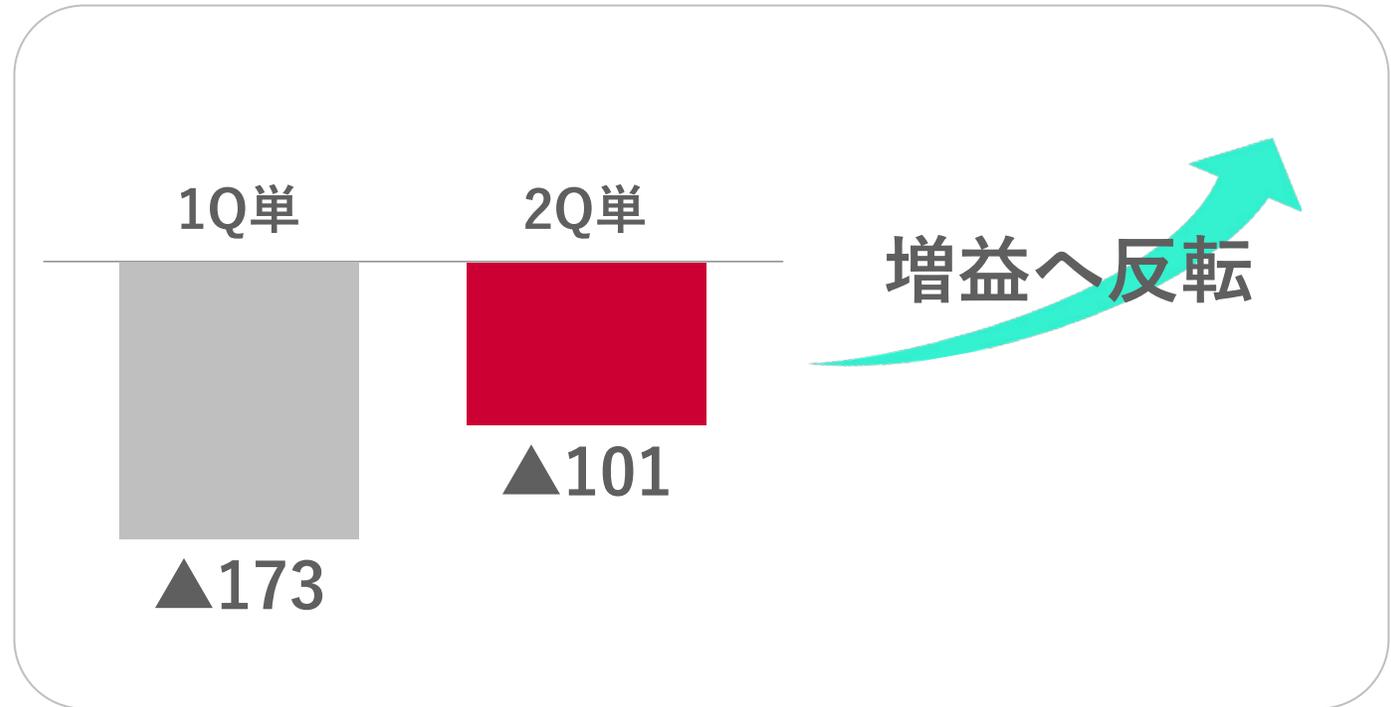
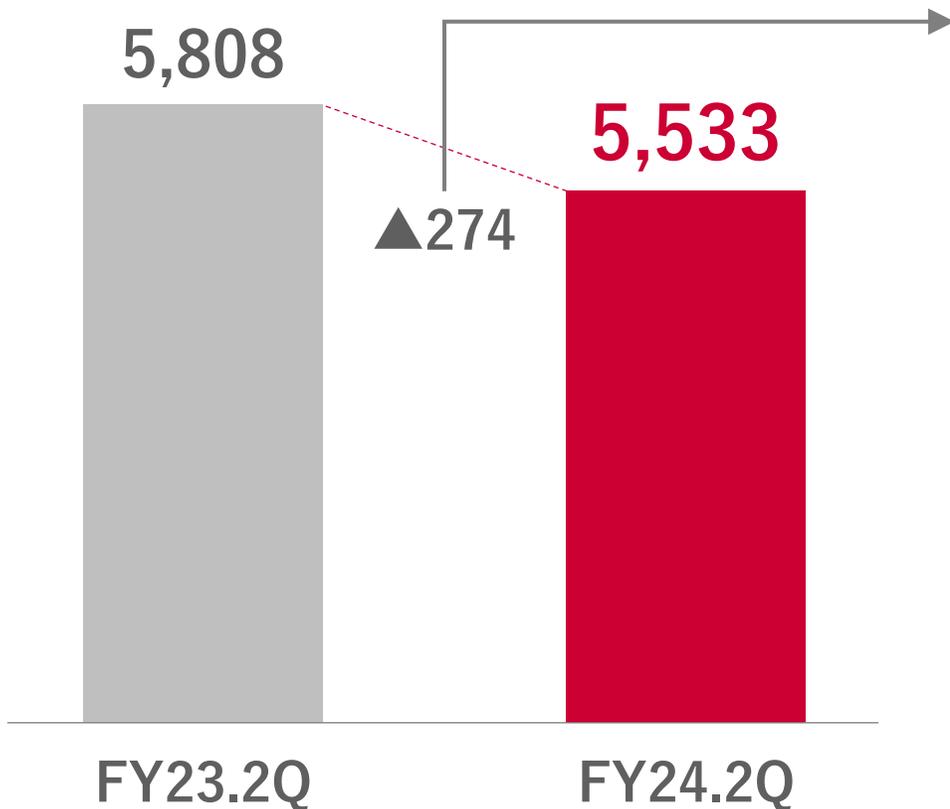
(億円)



営業利益

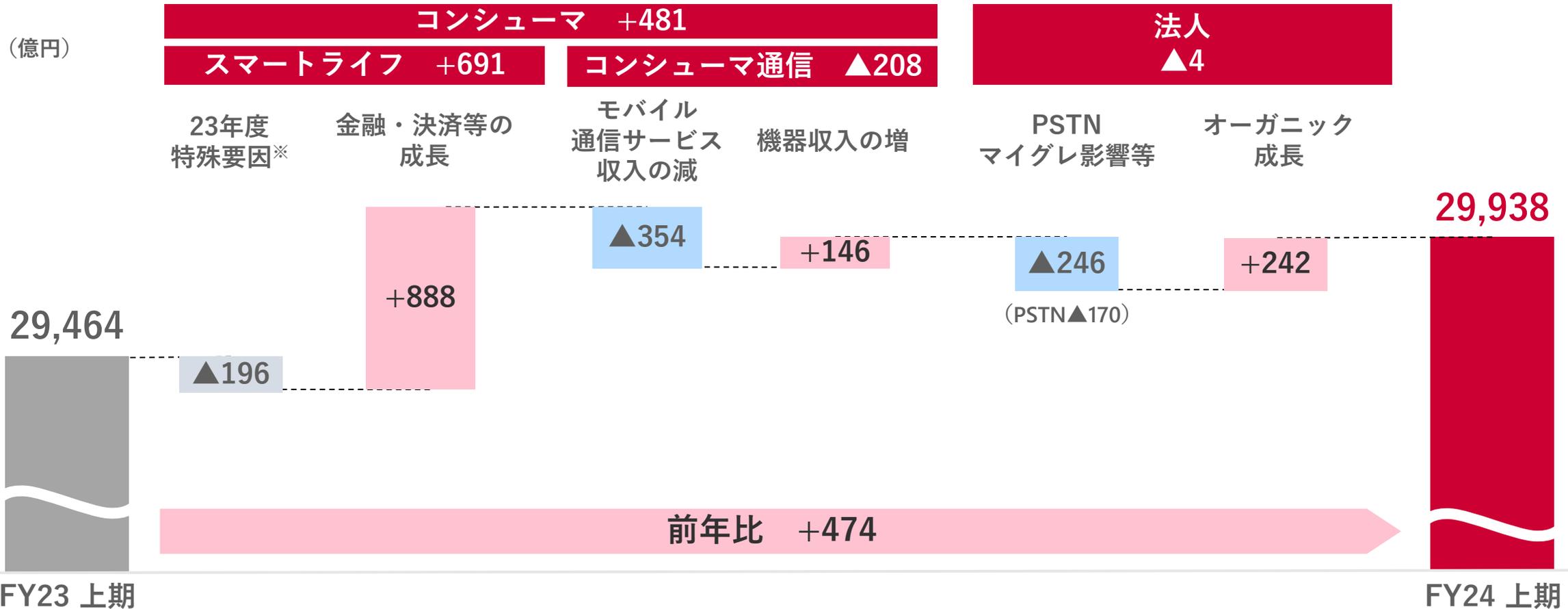
対前年減益も、減益幅は大きく縮小。下期の増益に向けて計画どおり進捗

(億円)



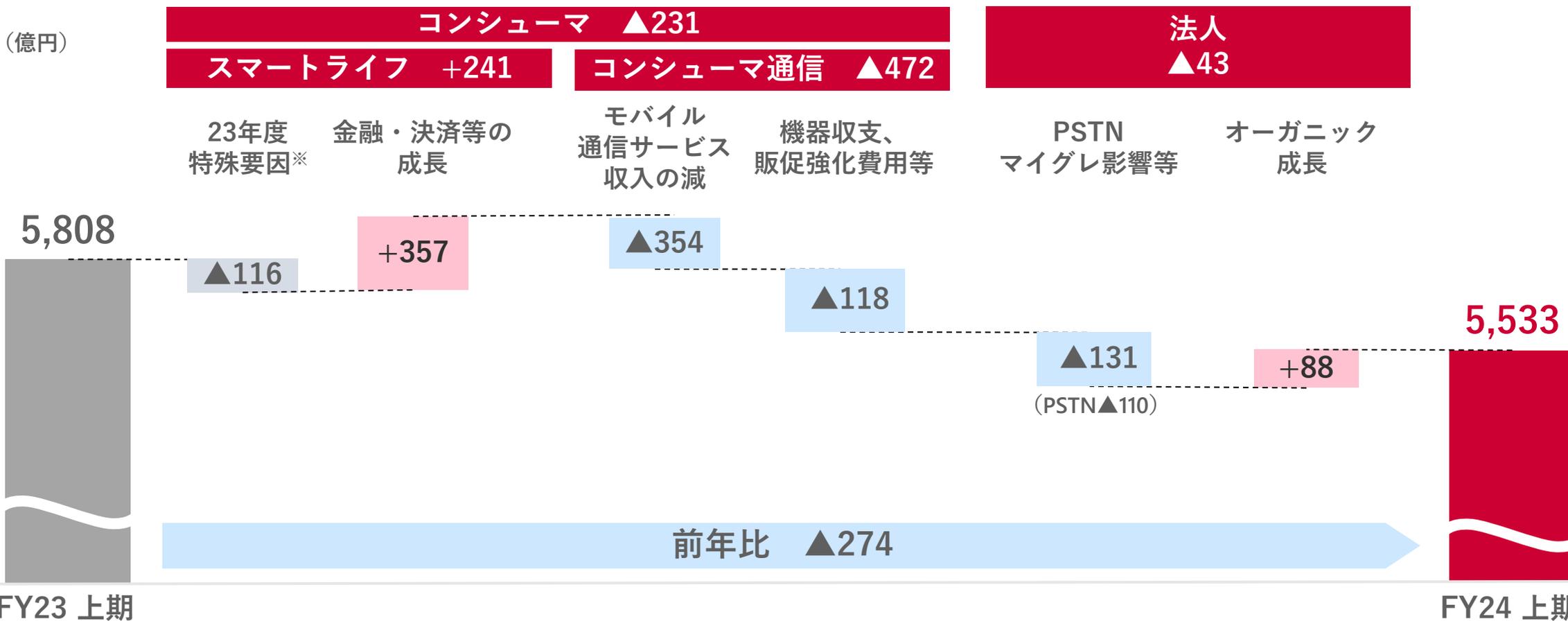
営業収益増減

スマートライフ、法人のオーガニック成長とM&A会社の貢献で大幅に増収



営業利益増減

スマートライフ、法人の成長の一方、コンシューマ通信は販促強化もあり減益



* 2023年度のカード引当金戻入影響

2 コンシューマー



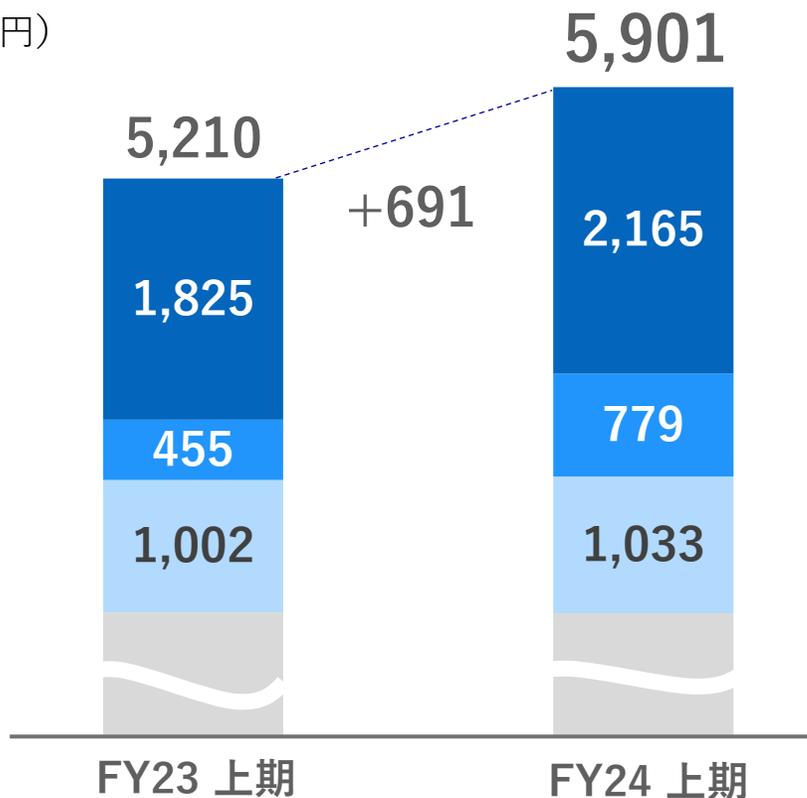
スマートライフ

スマートライフ 営業収益

金融・マーケティングソリューション・エンタメを含む、 全ての領域で増収

営業収益

(億円)



■金融・決済 ■マーケティングソリューション ■エンタメ ■その他

※各領域の収入は管理会計値。「その他」に連結仕訳・セグメント内取引消去額を含む

主なポイント

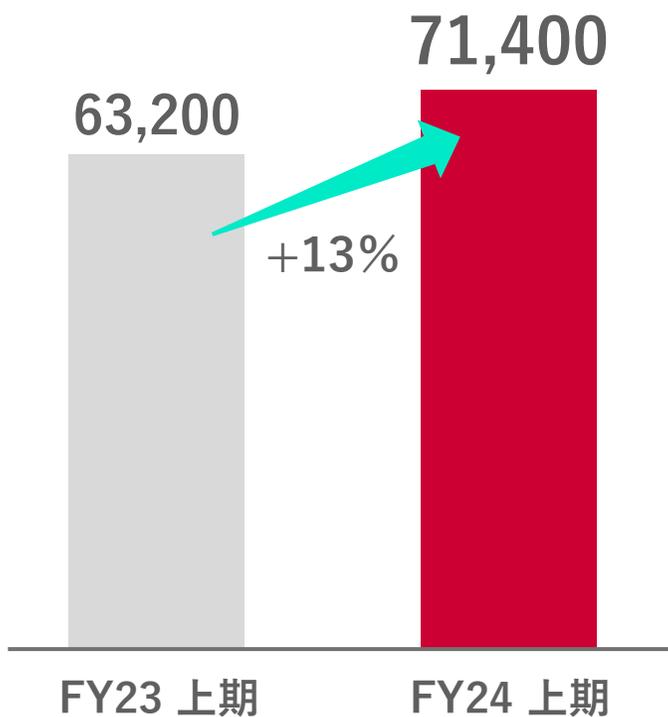
- 増減内訳
 - + 金融・決済 +341億
(23年度特殊要因(▲196億)除き +537億)
✓カード会員獲得強化による増
 - + マーケティングソリューション +323億
✓マーケティングDX収入の拡大
 - + エンタメ +31億
✓映像系サービス(Lemino、dアニメ等)の拡大

金融領域の成長

金融・決済取扱高、dカード会員数は順調に拡大。11月よりプラチナカードも提供し事業成長を加速。年間で対前年20%超の増収をめざす

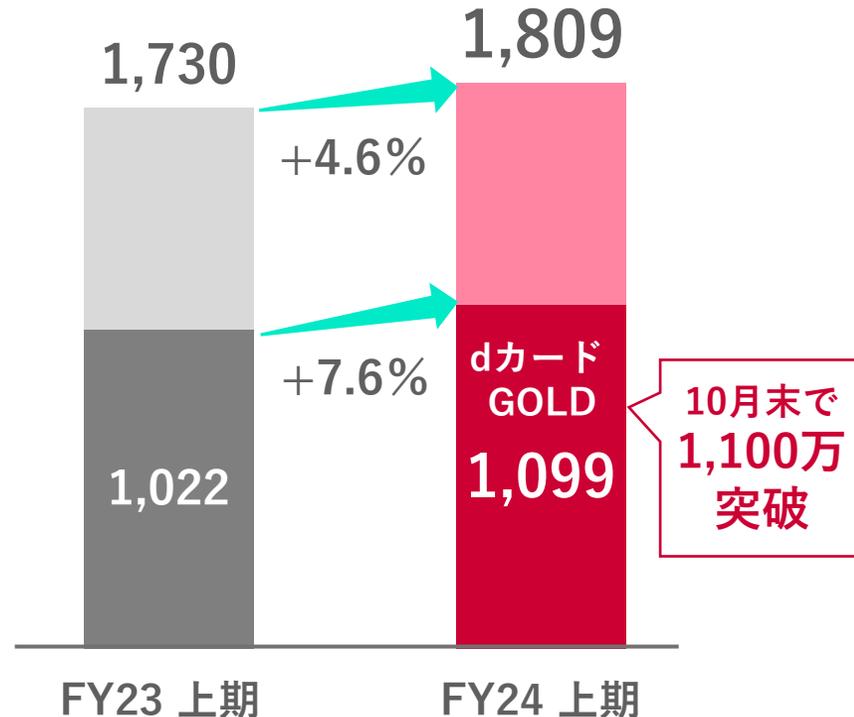
金融・決済取扱高

(億円)



dカード会員数

(万)



通信料金 (携帯/ドコモ光等) 年間ご利用額 マネックス証券
月額サービス ご優待 特典 dカード積立

最大 20%
ポイント進呈

最大 4万円
クーポン進呈

最大 3.1%
ポイント進呈

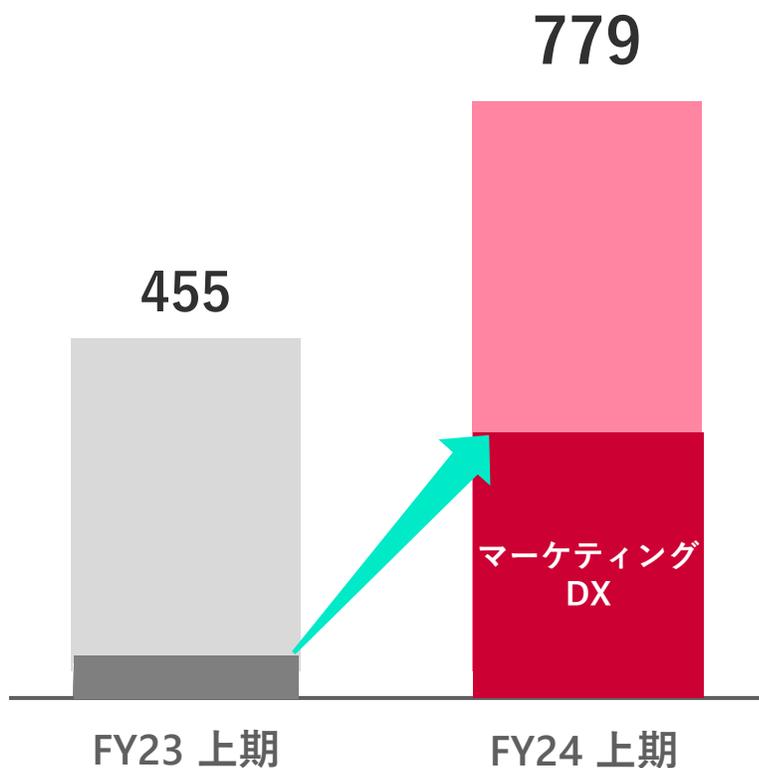
その他の特典や魅力的な付帯サービスが充実

マーケティングソリューション領域の成長

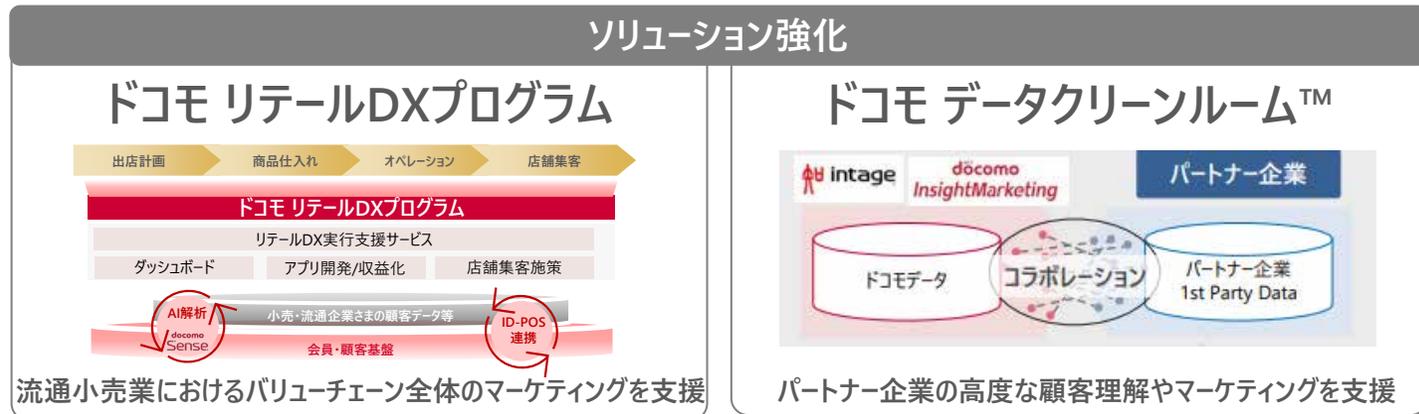
マーケティングDX等の既存事業成長に加え、インテージを成長ドライバーに大幅な増収を実現

マーケティングソリューション収益

(億円)



マーケティングDX拡大に向けた取り組み



➤ ID-POS常時連携企業の拡大

屋号数 40

対前年 170%

店舗数 18,000

同 4倍強

➤ リテール会員アプリ向け
広告配信プラットフォームの拡大



33アプリ
3,250万 MAU

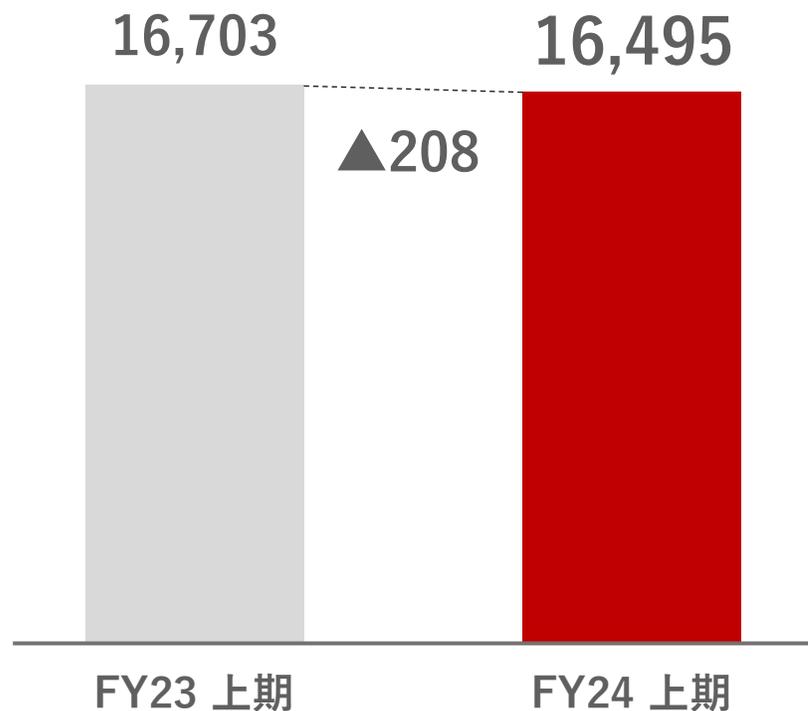


コンシューマ通信

eximoへの移行促進により昨年度のirumoによる値下げ影響は低減、端末機器販売は増収

営業収益

(億円)



主なポイント

➤ 増減内訳

- +) 端末機器販売収入増 + 146億
-) モバイル通信サービス収入の減 ▲354億

顧客基盤

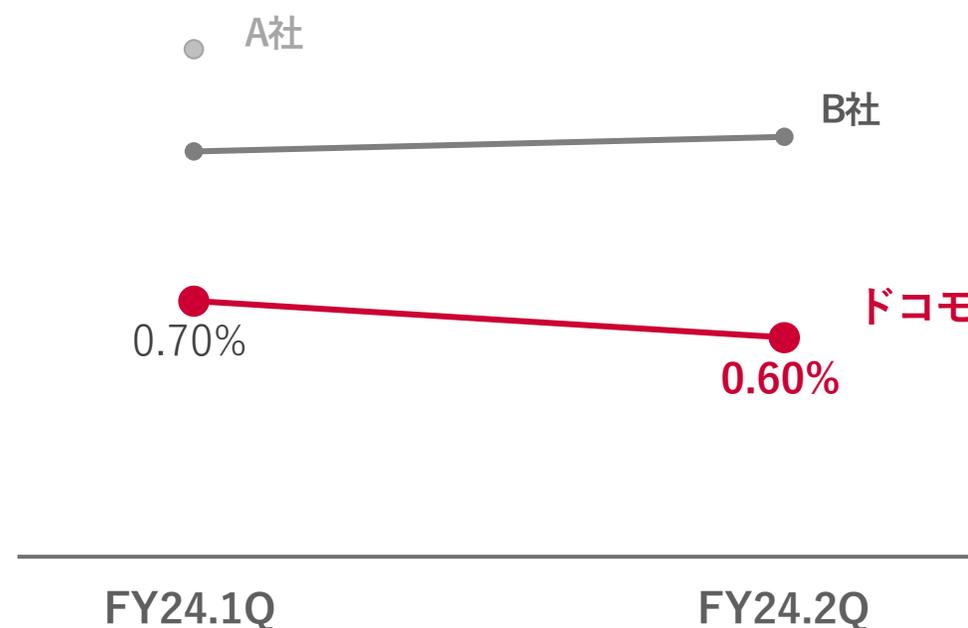
顧客基盤強化施策により純増は好転
10月のMNPは想定を大きく上回るプラス。解約率は低下

個人ハンドセット純増の対前年増減



解約率

1Qより改善し、低水準を継続



※ドコモの解約率はハンドセット解約率(全名義)

顧客獲得強化に向けて

若年層のMNPも大幅増。下期に向け更なる顧客基盤強化を図る

若年層のMNP純増数

チャンネル強化の
効果が顕在化

24年9月

24年10月

強化

量販店



販売人員施策店舗拡大

複合商業施設



出張イベントの強化

ドコモショップ



サービスミックス
提案強化

<下期>

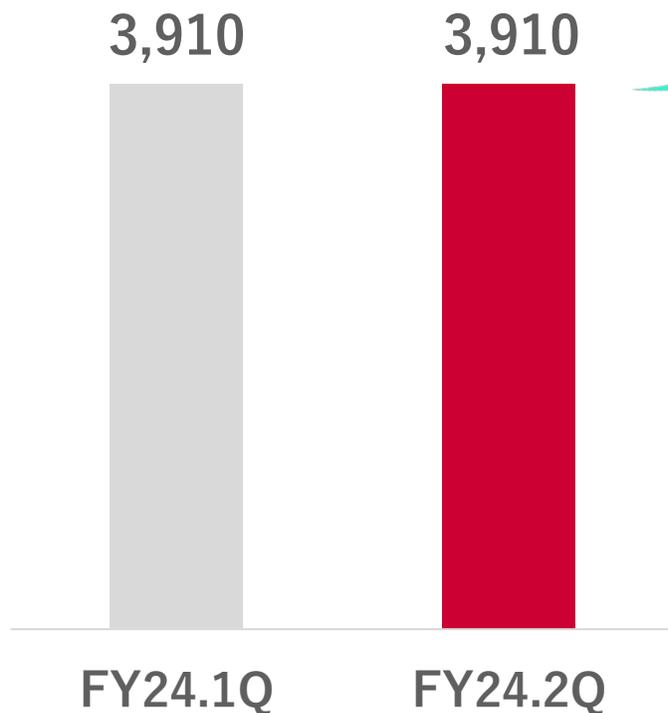
対象店舗や
イベント数を
更に拡大

モバイル通信ARPU

ARPUは下げ止め。eximo移行率は前倒し達成し、移行前後単金は全プラン平均でプラス化

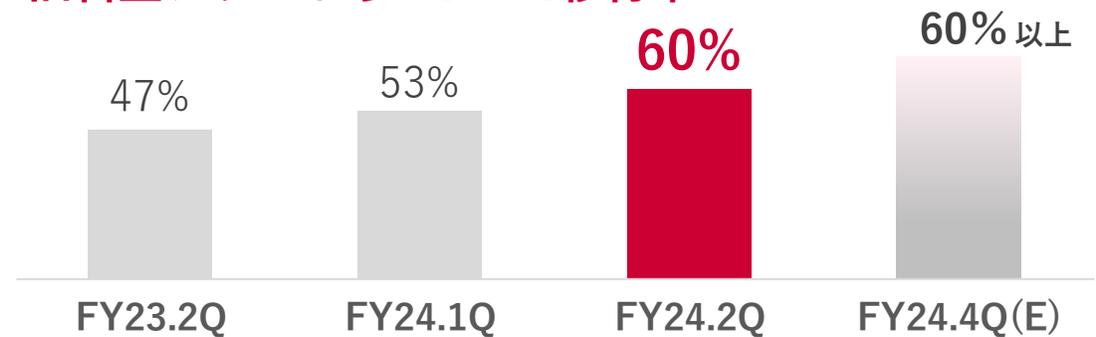
モバイル通信ARPU

(円)



※ 数値は法人名義含む

旧料金プランからのeximo移行率



単金の向上

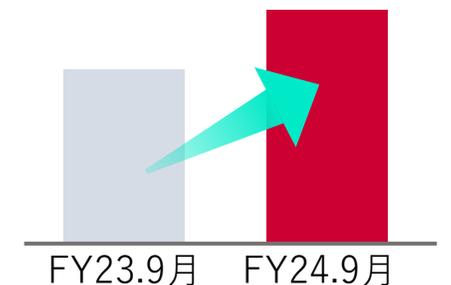
旧→新プラン移行前後の2Q平均単金



※新プラン：eximo/ahamo/irumo、
旧プラン：左記以外

irumo・eximoのプラン別平均単金

YoY約+40~140円単金UP



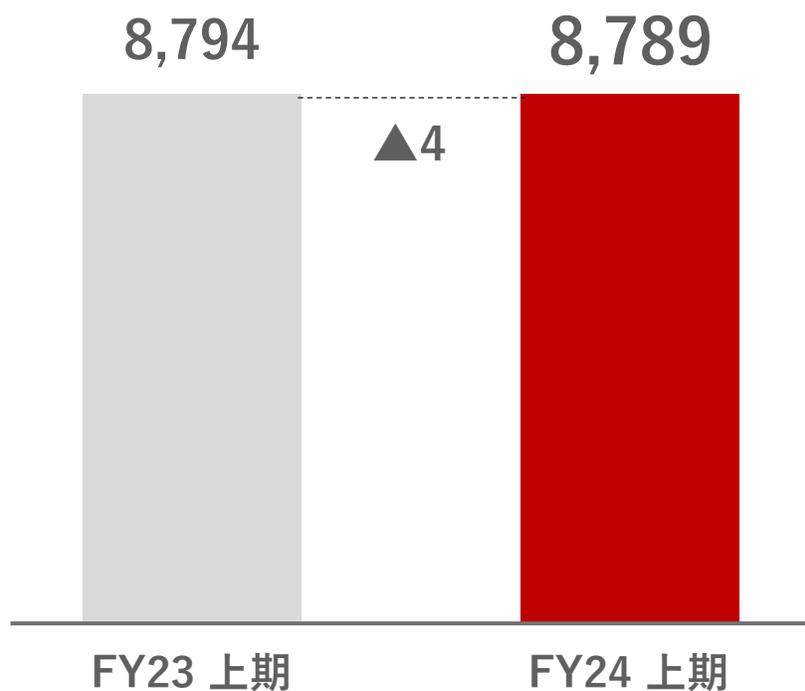
3 法人

法人 営業収益

オーガニック成長により、特殊要因のマイナスをカバー

営業収益

(億円)



主なポイント

➤ 増減内訳

- +) オーガニック成長 +242億
-) PSTNマイグレーション ▲170億
-) 23年度1Q一過性要因 ▲76億

大企業向けソリューション展開

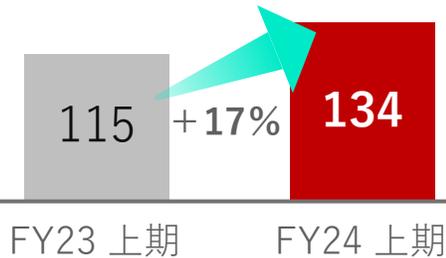
大企業層が好調。社会産業プラットフォームの整備により日本の経済力強化に貢献

大企業向け取り組み

コンタクトセンターソリューション

コミュニケーションSaaSやクラウドニーズ案件が拡大
デジタルBPOへの関心も高い

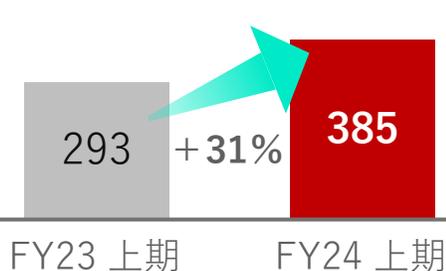
収益（億円）



SASE・マネージド&セキュリティ

クラウドセキュリティ、セキュアWebリモートアクセス対応が好調
SOAR等を活用したセキュリティ運用自動化への関心が高い

収益（億円）



建築現場のDX

ビル・街区のDX/GX

スマートシティ
実現へ

DX・GXを加速し、社会・産業課題の解決を目指す業界横断での取組を開始

2024年9月発足

スマートシティ
デジタル実装
コミュニティ



建物へのデジタル実装の
ベストプラクティス創出

IOWN等の先端技術の
実装によるライフタイムでの
価値提供

街づくりの企画・構想から
運用まで一気通貫での
デジタル利活用最適化



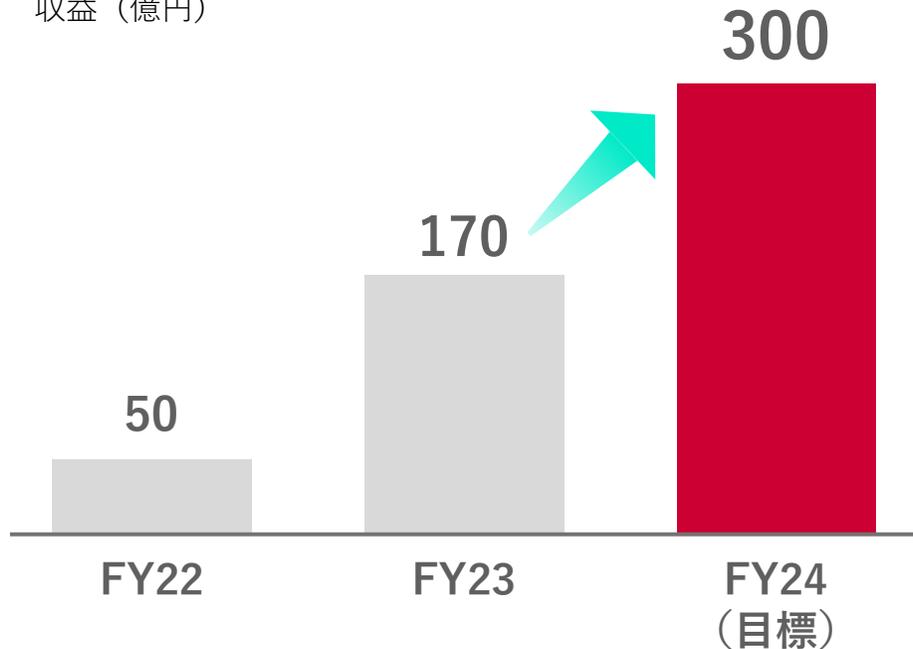
中堅中小企業向けソリューション展開

市場ニーズに合わせて順調に受注を拡大。中小企業のDX化に貢献

ドコモビジネスパッケージ

コミュニケーションパッケージやセキュリティ対策等のビジネスパックが好調

収益（億円）



サービス例

ICT - コミュニケーションパッケージ



- ・スマホの内線化によりドライバーとの連絡効率化
- ・通話コスト削減

業界・業務 - 運輸業向けパッケージ

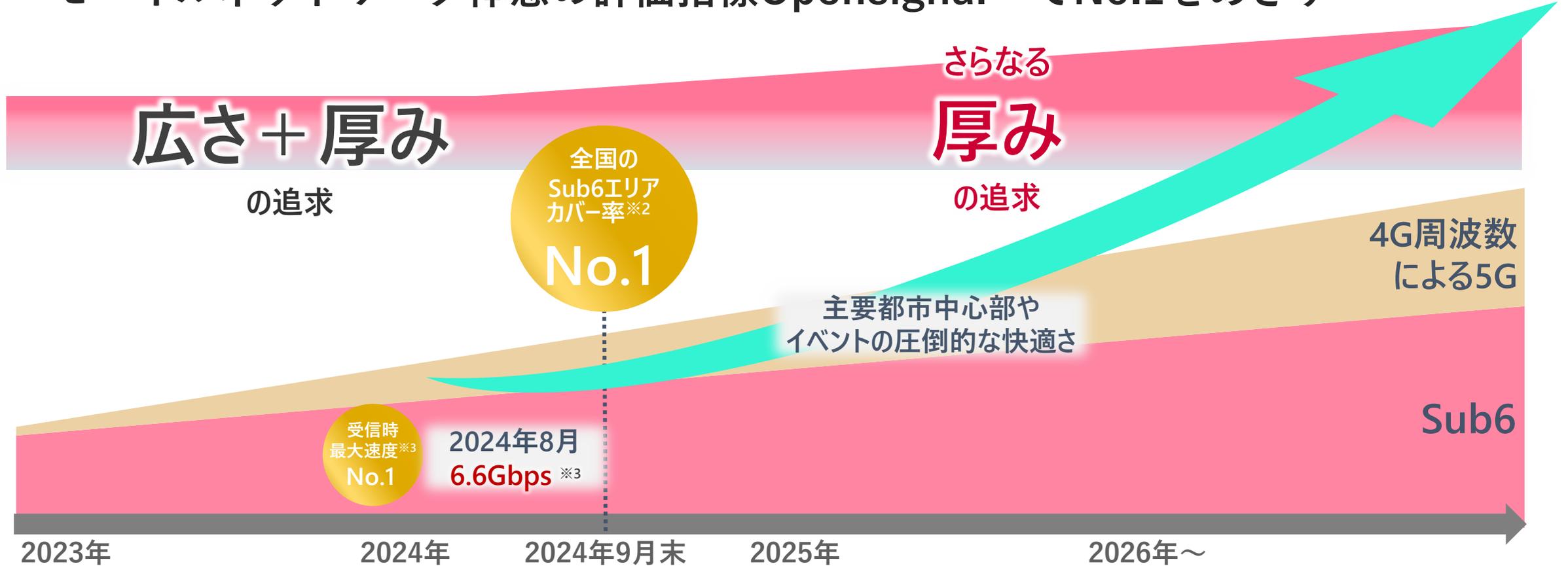


- ・効率的な配車計画を自動作成
- ・ドライバーのスマホに即配信

4 ネットワーク

快適な体感品質に向けた展開ロードマップ

都市部を中心に全国でSub6エリアをさらに拡大
4G周波数による5G新設エリアも活用し、さらに厚みのあるネットワークへ
モバイルネットワーク体感の評価指標Opensignal^{※1}でNo.1をめざす



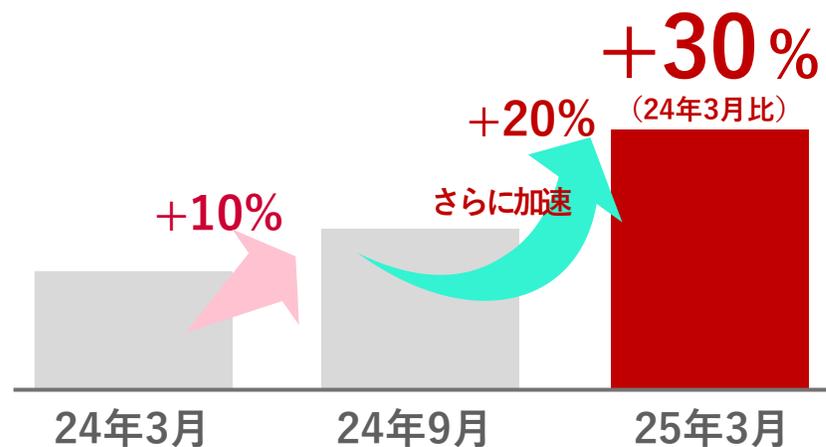
※1：「一貫した品質」部門 ※2：自社調べ（2024年10月29日時点）

※3：一部エリアに限ります。「5G SA」をご契約いただいた場合の通信速度です。通信速度は送受信時の技術規格上の最大値であり、実際の通信速度を示すものではありません。ベストエフォート方式による提供となり、実際の通信速度は通信環境やネットワークの混雑状況に応じて変化します。対応エリア・機種、実効速度について詳しくは、「ドコモのホームページ」をご確認ください。ミリ波帯含む受信時最大速度となります。

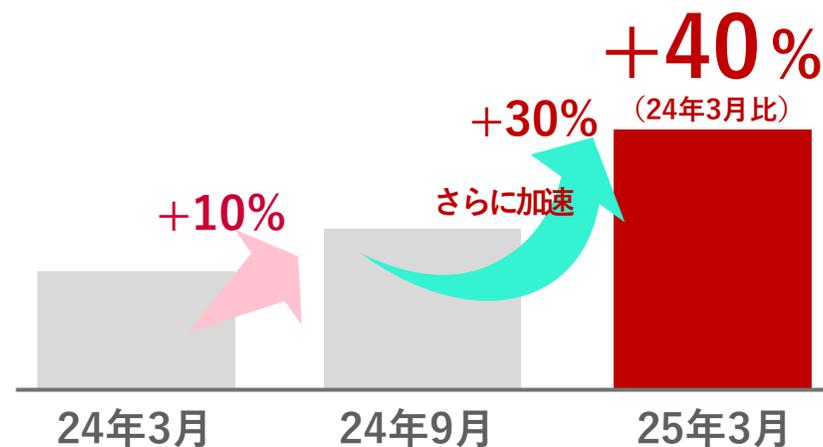
広さ（エリア） + 厚み（ネットワーク容量）の追求

全国でSub6エリアを拡大し、さらに4G周波数による5Gエリアも拡大
特に人口が密集する都市部での拡大を加速

Sub6基地局数を**1.3倍**へ
(関東地区 一都三県)



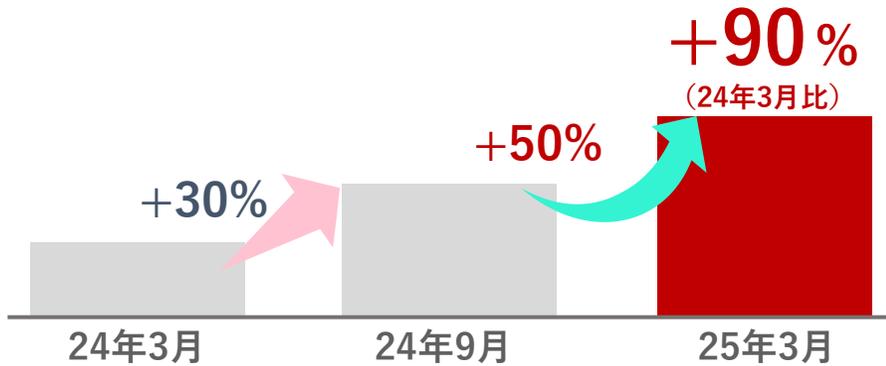
4G周波数による5G基地局数を**1.4倍**へ
(関東地区 一都三県)



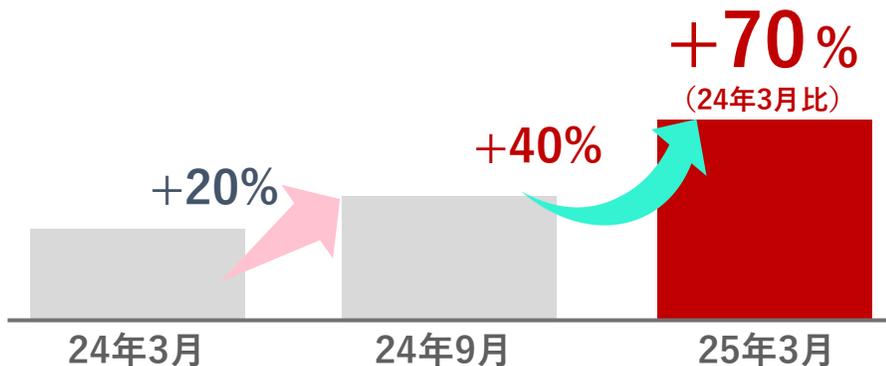
さらなる厚みの追求①（ネットワーク容量）

Sub6基地局を拡大し、主要都市中心部や鉄道導線のお客さま体感品質を改善

■ 主要都市中心部のSub6基地局数を**1.9倍**へ



■ 主要鉄道動線のSub6基地局数を**1.7倍**へ



■ 主要都市中心部の**3分の2以上**※1,2が100Mbps以上のスループットを達成

渋谷駅周辺の例

平均スループット(DL) 約 **10% 向上**※2,3

大阪駅周辺の例

平均スループット(DL) 約 **20% 向上**※2,3

名古屋駅周辺の例

平均スループット(DL) 約 **40% 向上**※2,3

山手線の例

平均スループット(DL) 約 **20% 向上**※2,3

※1：都市部の人口密集エリアから弊社が設定した測定ポイント

※2：最繁時間帯、5G端末利用時の自社調べ

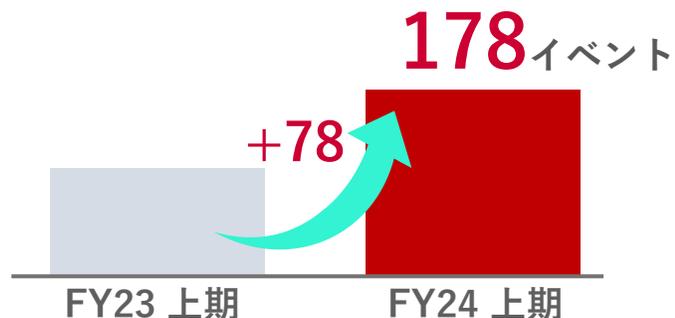
※3：2024年度9月時点（2024年3月比）

さらなる厚みの追求②（イベント対策）

イベントや競技場等での対策を強化し、お客様が快適に楽しめる環境を提供

強化イベント数を昨年度比で約**2倍**に拡大

臨時対策による強化イベント数



コミックマーケット104の対策事例

平均スループット (DL) **100Mbps 以上**※1



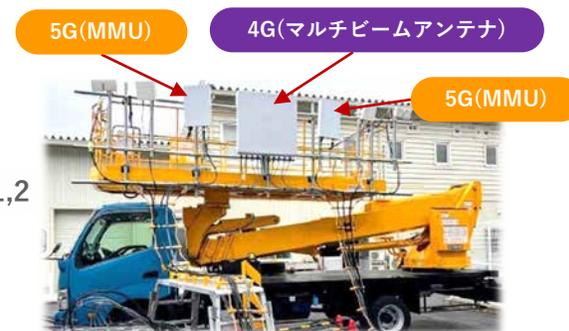
移動基地局車などを6局設置



人が密集するエリアを集中的に対策

競馬場（菊花賞）での対策事例

平均スループット (DL) 約**2.2倍**※1,2



マルチユーザ Massive MIMOに加え、マルチビームアンテナ※3を活用し 滞留スポットを集中対策



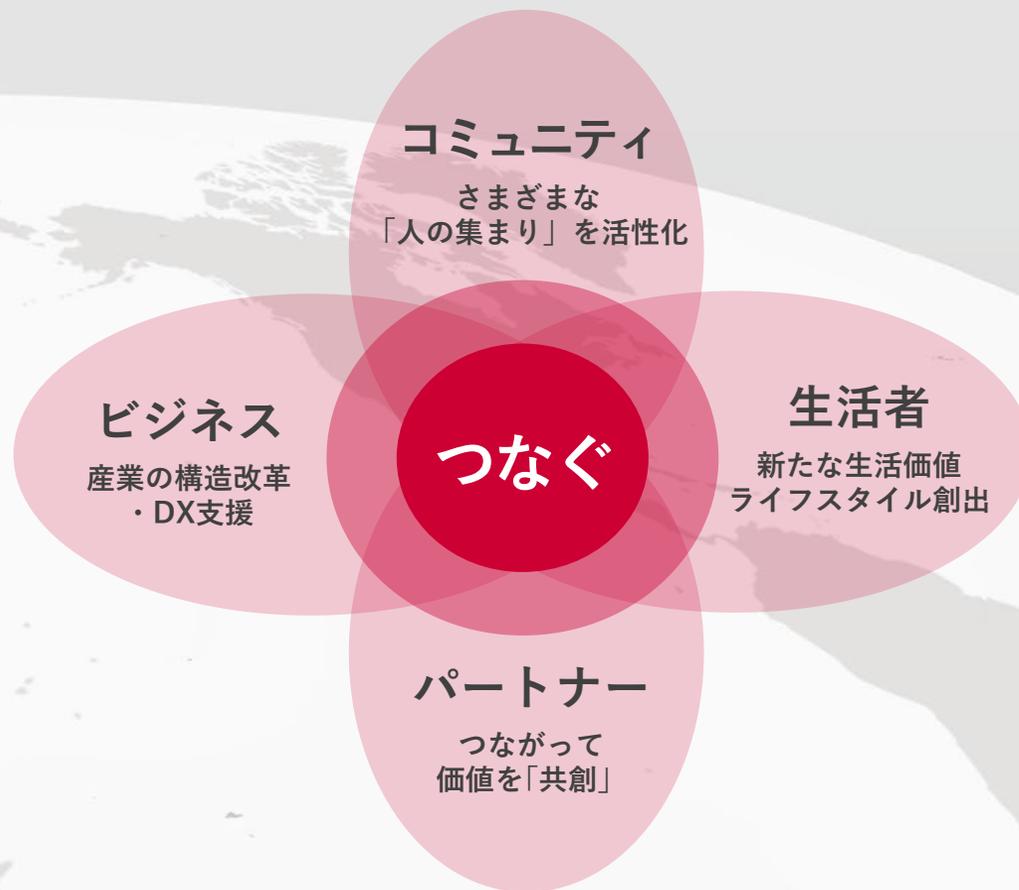
※1：最繁時間帯、5G端末利用時の自社調べ

※2：昨年度比

※3：水平方向にビームを5方向に放射し容量拡大（通常アンテナと比較し設備容量を約5倍に拡大）

5 ブランドスローガン

テクノロジーと人間力で
新しいつながりを生み、
心躍る価値創造で、
世界を豊かに、幸せに。



つなごう。驚きを。幸せを。

Bridging Worlds for Wonder & Happiness

つながろう。驚きを。幸せを。

NTTドコモグループ

^{NTT}
docomo



NTT DOCOMO GLOBAL, Inc.



予想の前提条件その他の関連する事項

本資料におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明は、現在当社の経営陣が入手している情報に基づいて行った判断・評価・事実認識・方針の策定等に基づいてなされもしくは算定されています。

また、過去に確定し正確に認識された事実以外に、将来の予想及びその記述を行うために不可欠となる一定の前提（仮定）を用いてなされもしくは算定したものです。将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明に本質的に内在する不確定性・不確実性及び今後の事業運営や内外の経済、証券市場その他の状況変化等による変動可能性に照らし、現実の業績の数値、結果、パフォーマンス及び成果は、本資料におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明と異なる可能性があります。

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。