

2025年度 第2四半期決算について

2025年11月4日

株式会社NTTドコモ



※本資料に記載されている財務数値は、社内管理目的で作成されたものであり、非監査の参考情報です。

1 決算概況

決算概況

対前年増収減益

	2024年度 2Q実績	2025年度 2Q実績	対前年比	
			増減	増減率
IFRS (単位：億円)				
営業収益	29,938	30,327	+ 389	+ 1.3%
営業利益	5,533	4,747	▲786	▲14.2%
当社株主に帰属する 四半期利益	3,890	3,398	▲492	▲12.7%
EBITDA	9,147	8,563	▲584	▲6.4%
設備投資	2,575	3,555	+980	+38.1%

セグメント別 営業収益

法人、スマートライフは増収、コンシューマ通信は減収

IFRS (単位：億円)		2024年度 2Q実績	2025年度 2Q実績	対前年比	
				増減	増減率
コンシューマ	営業収益	22,204	22,087	▲117	▲0.5%
	スマートライフ	5,901	6,249	+348	+5.9%
	コンシューマ通信	16,495	16,064	▲431	▲2.6%
法人	営業収益	8,789	9,380	+591	+6.7%

※ コンシューマの内訳は参考値

セグメント別 営業利益

法人、スマートライフは増益、コンシューマ通信は減益

IFRS (単位：億円)		2024年度 2Q実績	2025年度 2Q実績	対前年比	
				増減	増減率
コンシューマ	営業利益	4,155	3,251	▲904	▲21.8%
	スマートライフ	1,274	1,290	+15	+1.2%
	コンシューマ通信	2,881	1,961	▲920	▲31.9%
	EBITDA	6,995	6,211	▲783	▲11.2%
	スマートライフ	1,579	1,660	+82	+5.2%
	コンシューマ通信	5,416	4,551	▲865	▲16.0%
法人	営業利益	1,378	1,497	+118	+8.6%
	EBITDA	2,152	2,351	+199	+9.2%

※ コンシューマの内訳は参考値

営業収益増減

成長分野は引き続き増収。コンシューマ通信は減収だが、
ドコモMAXによるARPU改善などモバ通収入の改善モメンタムは継続

(単位：億円)

コンシューマ ▲117

法人

スマートライフ +348

コンシューマ通信 ▲431

+591

オーガニック
成長

モバイル
通信サービス
収入の減

機器収入の減

固定・その他
収入の減

オーガニック
成長

29,938

+348

▲221

▲167

▲43

+591

30,327

前年比 +389

FY24 2Q

FY25 2Q

営業利益増減

スマートライフと法人は着実に成長。連結では販促強化費用の増により対前年減益

(単位：億円)

コンシューマ ▲904

法人

スマートライフ +15

コンシューマ通信 ▲920

+118

オーガニック
成長

特殊要因

モバイル
通信サービス
収入の減

販促強化
費用の増

ネットワーク
強靱化費用の増等

オーガニック
成長

5,533

+154

▲139

▲221

▲551

▲148

+118

4,747

前年比 ▲786

FY24 2Q

FY25 2Q

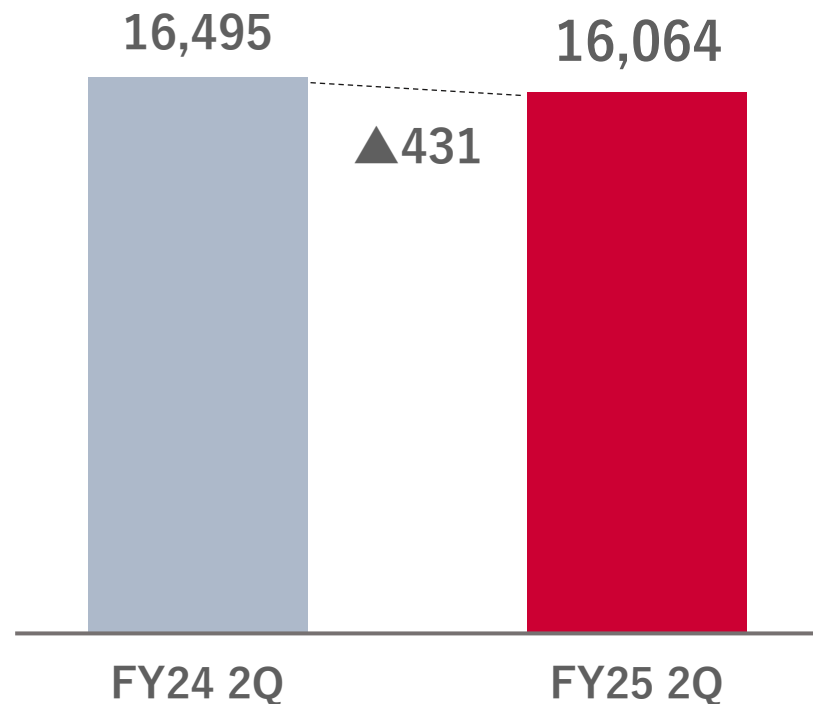
2 コンシューマ

コンシューマ通信 営業収益

減収となったが、新プランへの移行促進によりモバイル通信サービス収入の対前年減収幅は縮小

■ 営業収益

(億円)



■ 主なポイント

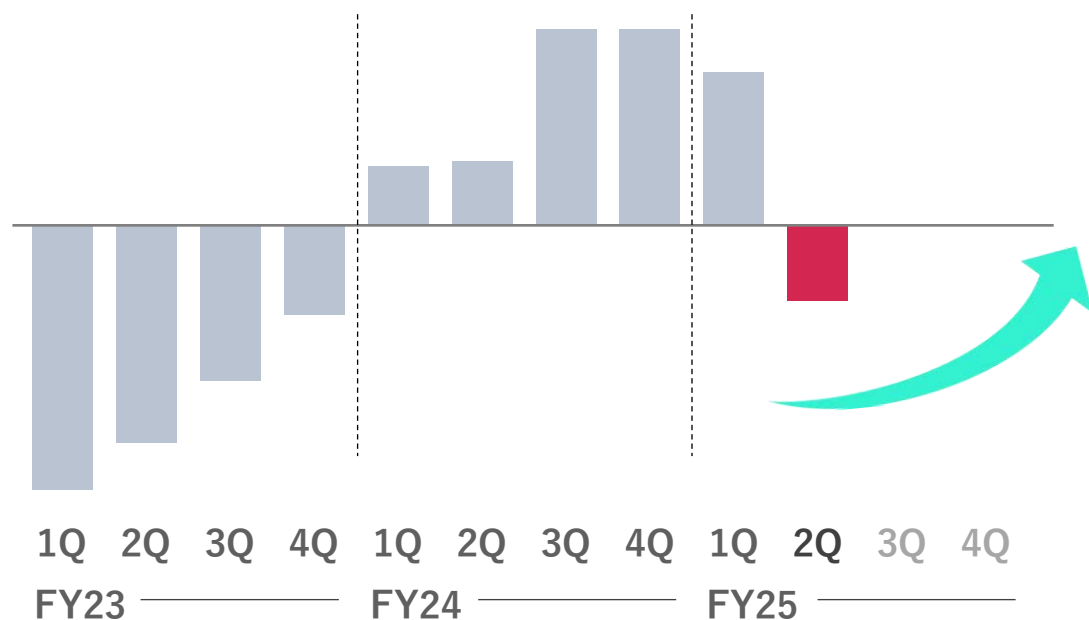
➤ 増減内訳

- ー) モバイル通信サービス収入の減 ▲221億
(1Q単▲141、2Q単▲80)
- ー) 機器収入の減 ▲167億
- ー) 固定・その他収入の減 ▲ 43億

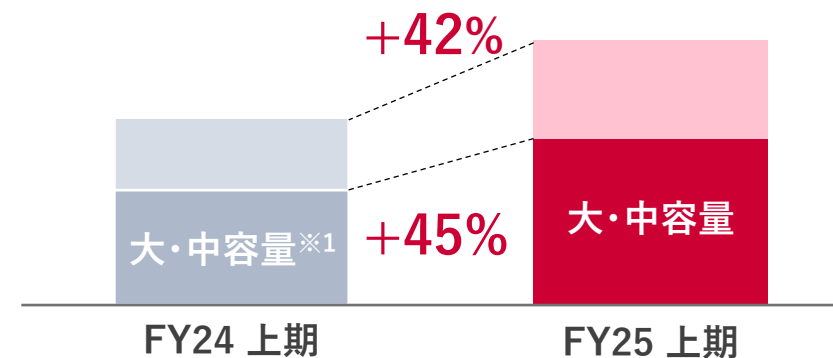
顧客基盤

これまでになく競争は激化したが、販促施策の強化によりポートインユーザーは増加。下期も顧客基盤強化に取り組み通年MNPプラスをめざす

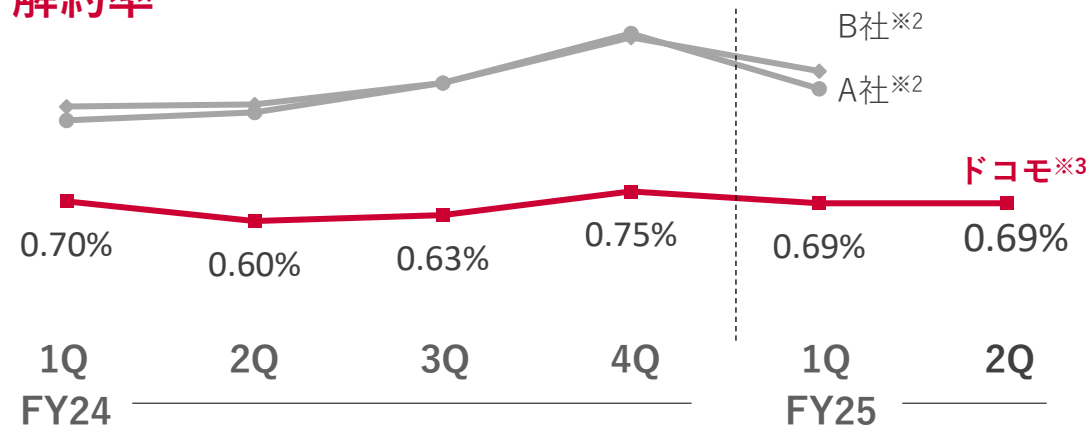
個人ハンドセット純増の対前年増減



ポートインユーザー数（契約プランの容量別）



解約率



※1 FY24:eximo, eximoポイ活, ahamo FY25:左記に加え、ドコモMAX, ドコモポイ活MAX, ポイ活20

※2自社調べ（各社HPより） ※3ハンドセット解約率、法人名義含む

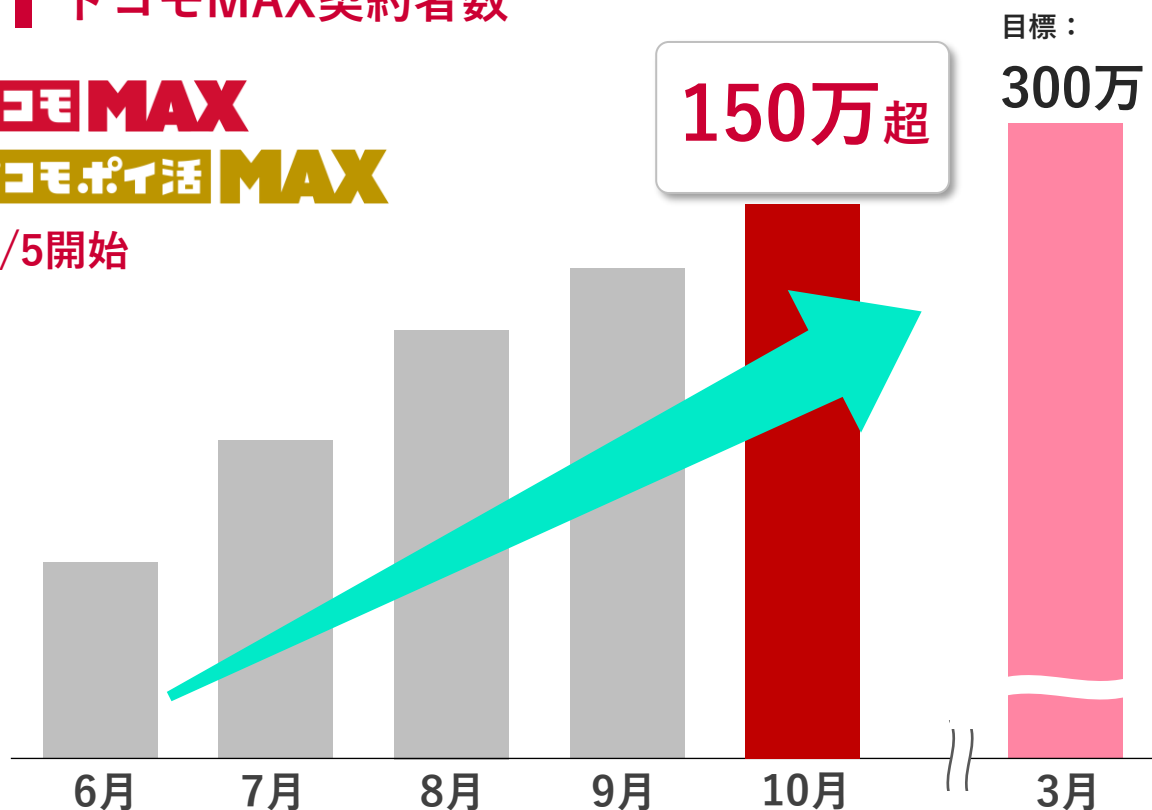
ドコモMAXの状況

ドコモMAXはプラン移行が進み好調。契約者数は150万を突破
年度末目標300万に向けて移行・加入を促進

ドコモMAX契約者数

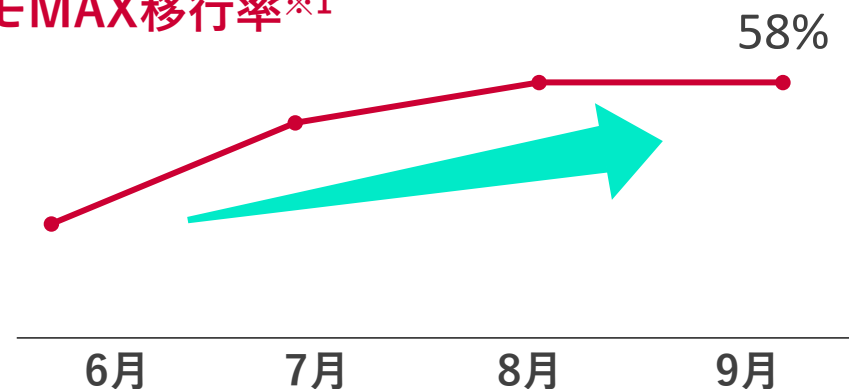
ドコモMAX
ドコモポイ活MAX

6/5開始



※ドコモポイ活MAX含む、翌月適用含む

ドコモMAX移行率※1



新たなお客さまとの接点

パートナーメディア

DAZNメディアからお客さまを誘引



スポーツ
ファン



※2

docomo
OnlineShop



スタジアムでの出店

Jリーグ等の試合会場で訴求・店舗誘引



来場者



ドコモMAXの進化

進化したLeminoとdアニメストアを加え、
ドコモMAXで「選べる特典」「特別な体験価値」を提供



Lemino ※1

25年11月以降順次開始予定 ※2

音楽・ドラマを充実しさらに進化

映画や韓流ドラマ・アニメ等に加え、
音楽ライブ配信、オリジナルドラマを大幅に拡大

WOWOW

DREAMS COME TRUE

BE:FIRST

MISIA

ATEEZ など

音楽ライブ配信等



オリジナルドラマ

『北方謙三 水滸伝』

北方謙三／集英社 ©2026 WOWOW／NTTドコモ



UEFA

チャンピオンズリーグ

上記に加え豪華
アーティスト追加

BTS・ME:I・乃木坂46・Da-iCE・すとぷり
GENERATIONS・THE RAMPAGE・FANTASTICSなど

ドコモMAX

26年2月開始予定

「選べる特典」追加料金0円で2つ選べる！



Lemino



※3



docomo



順次提供開始予定

「特別な体験価値」特典・キャンペーン等 ※4

人気アーティスト
LIVEチケット・限定イベント・
アーティストグッズ
(先行/限定/抽選販売・プレゼント等)

12/27 井上尚弥防衛戦 無料視聴可能

NBAオールスター/レギュラー
ゲームの観戦チケット(抽選)

大型アニメフェス限定特典
(抽選招待/先行入場)

東京ディズニーリゾート®
ご招待キャンペーン(抽選招待) ※5

※1 Leminoプレミアム(月額990円(税込)) ※2 一部既存配信アーティスト含む ※3 追加有料コンテンツの取扱いはございません。 ※5 ©Disney NTTドコモは、「東京ディズニーランド®」「東京ディズニーシー®」のオフィシャルスポンサーです。

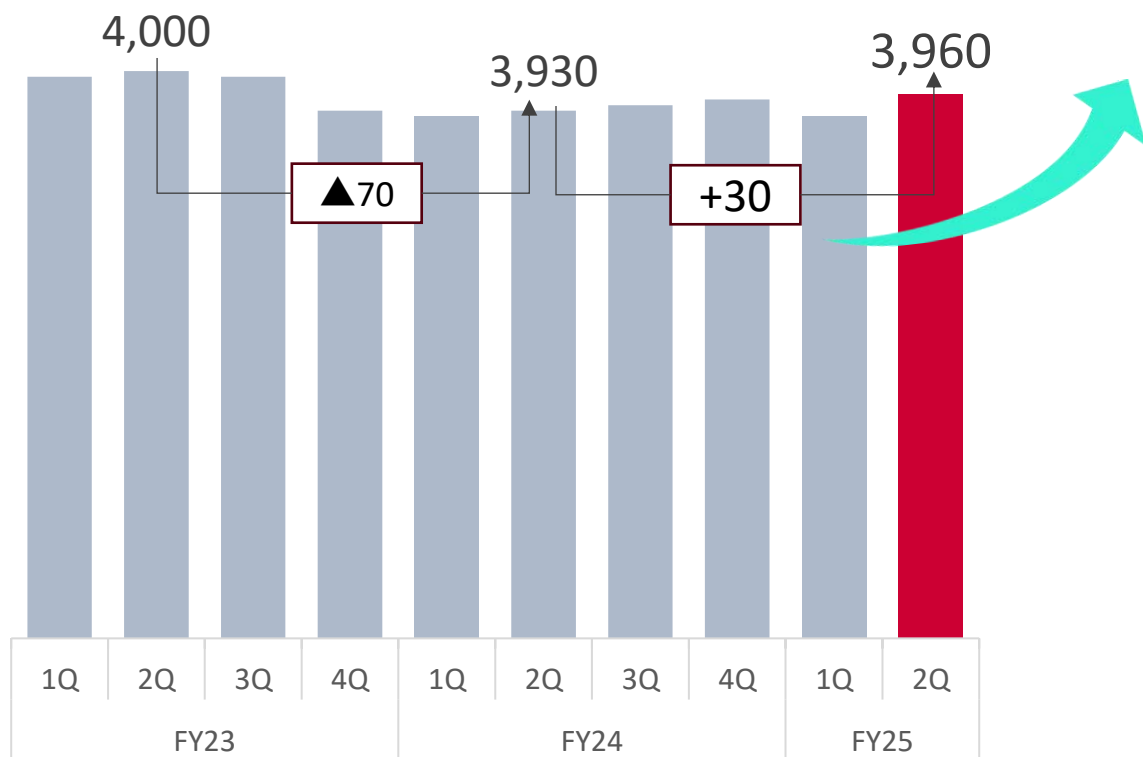
※4 「選べる特典」で選んだサービスにより受けられる特典が変わります。

ARPU

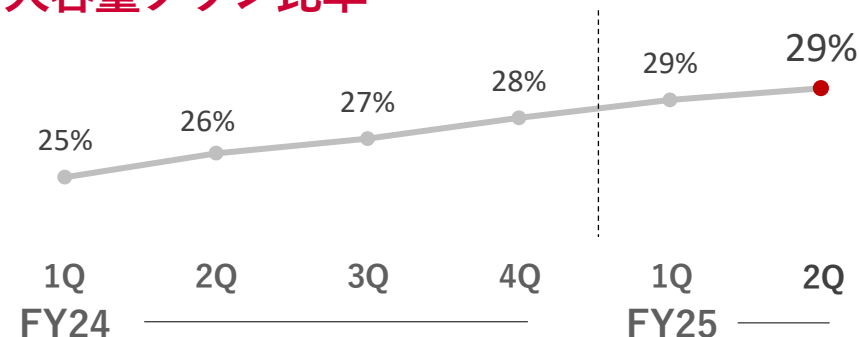
ARPUは対前年30円増の3,960円。ドコモMAXを中心とした新料金プランへの移行拡大が貢献

モバイル通信ARPU※1

(円)



大容量プラン比率※2



旧→新プラン※3移行前後の平均単金増減

	FY25.2Q
全プラン平均	プラス
(再)ギガライト	プラス

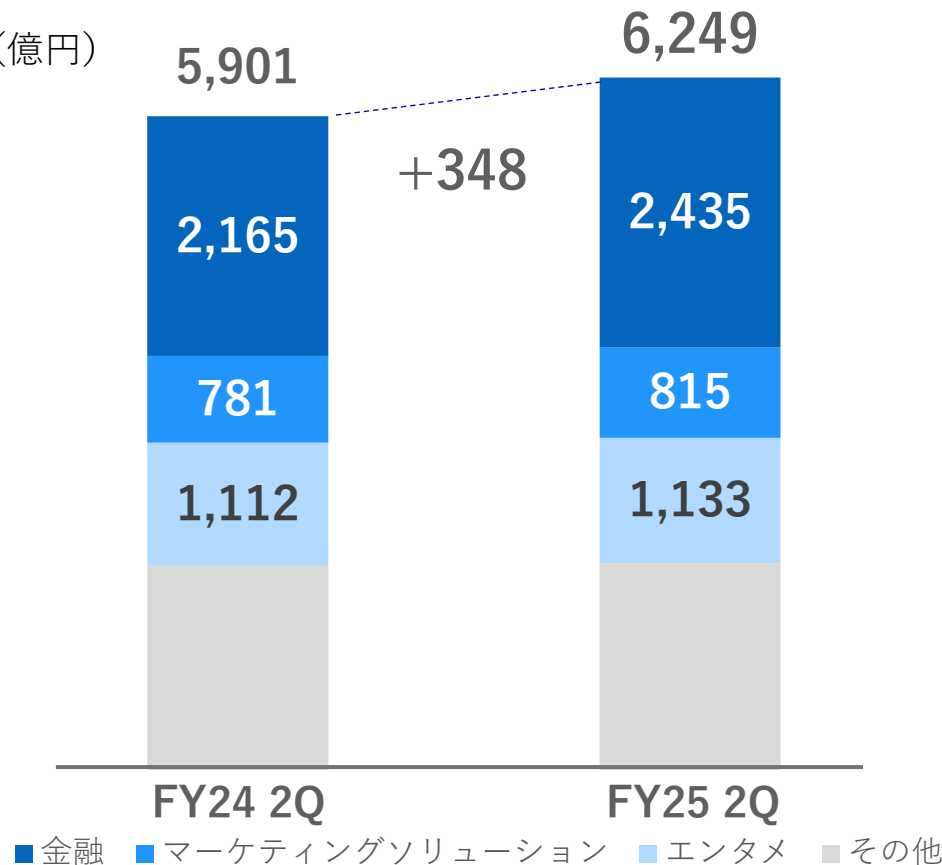
※3 新プラン：ドコモMAX、ドコモポイ活MAX、ポイ活20、ドコモmini、ahamo
旧プラン：上記以外

スマートライフ 営業収益

金融を中心に 3 事業すべて増収

営業収益

(億円)



主なポイント

➤ 増減内訳

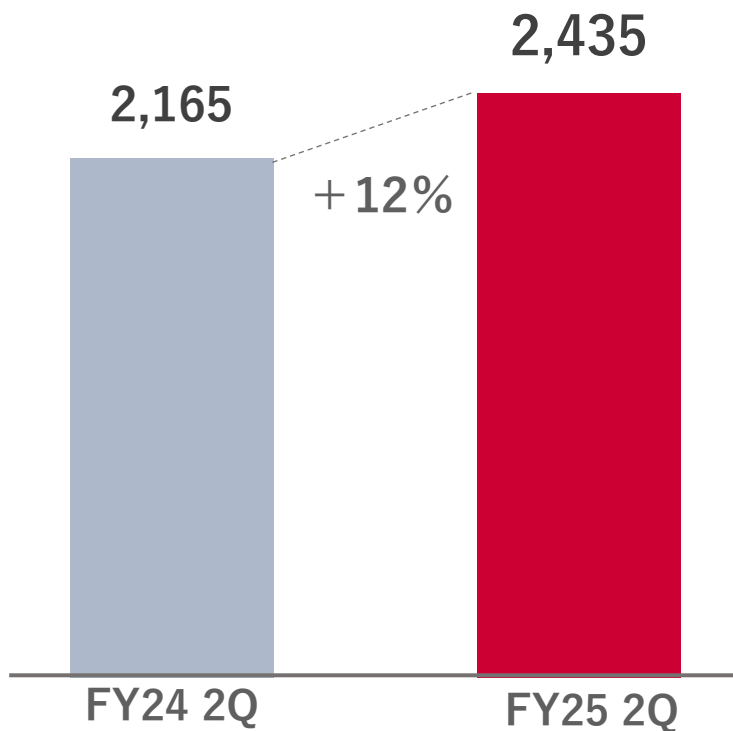
- + 金融 +270億
✓dカード会員増、d払い利用拡大
- + マーケティングソリューション +34億
✓dポイント販売収益の拡大
- + エンタメ +21億
✓ベニユー事業の本格始動

※内訳は管理会計値。「その他」に連結仕訳・セグメント内取引消去額を含む

dカードPLATINUMは100万会員を突破し、金融・決済取扱高の伸長に貢献 7/31のかんたん資産運用開始後、新規口座開設数が拡大

金融収益

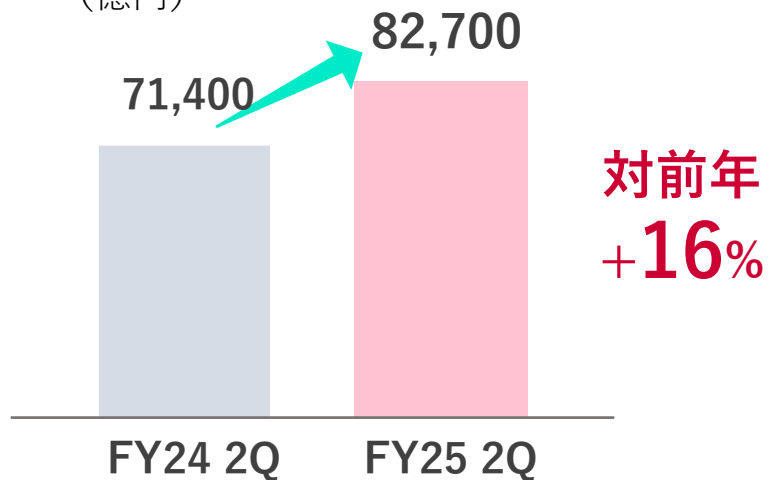
(億円)



※管理会計値

金融・決済取扱高の伸長

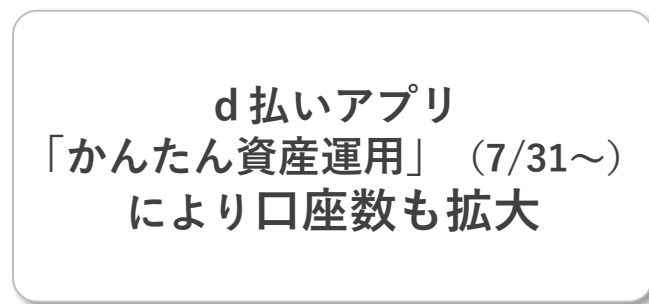
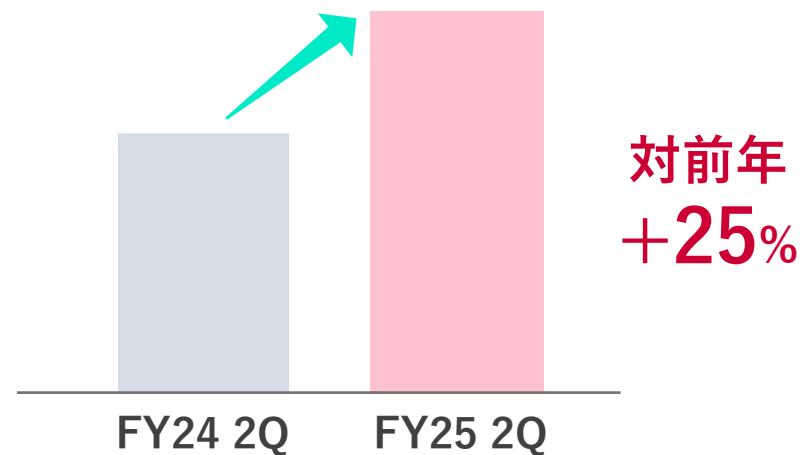
(億円)



※2025年10月30日時点

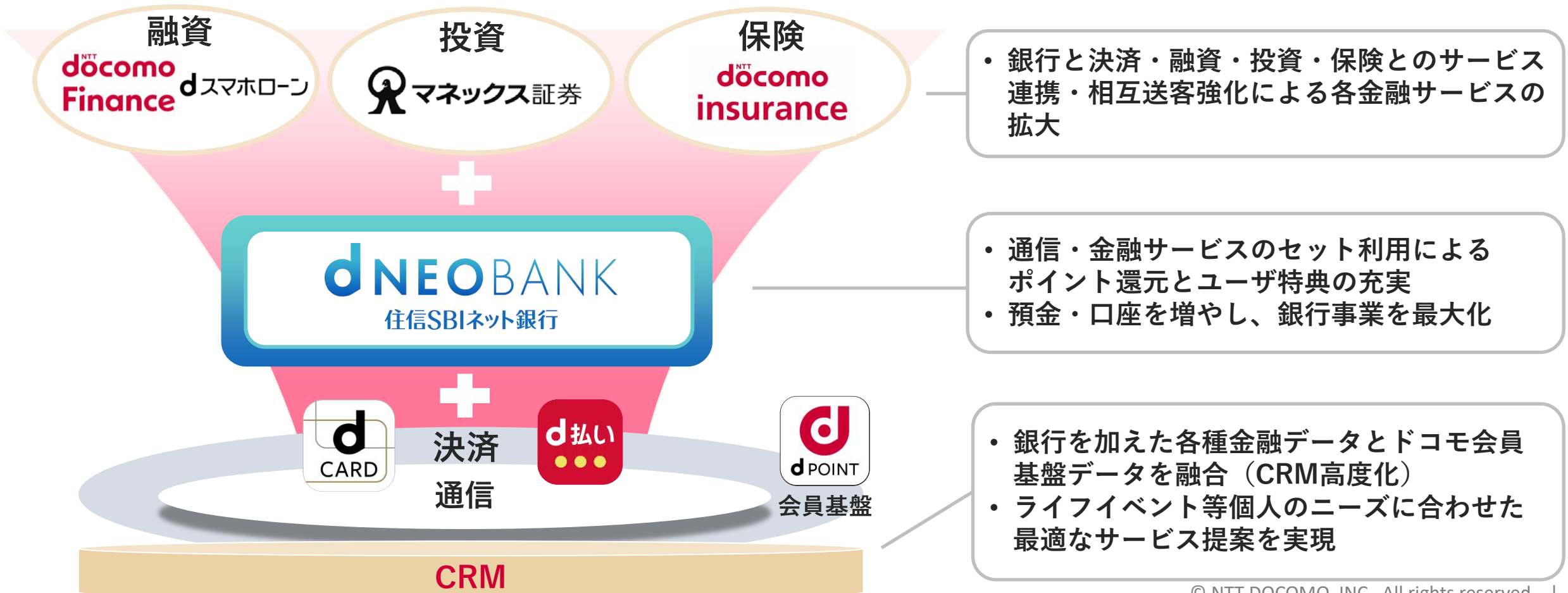
投資サービスの成長

・新規口座開設数



今後の金融戦略

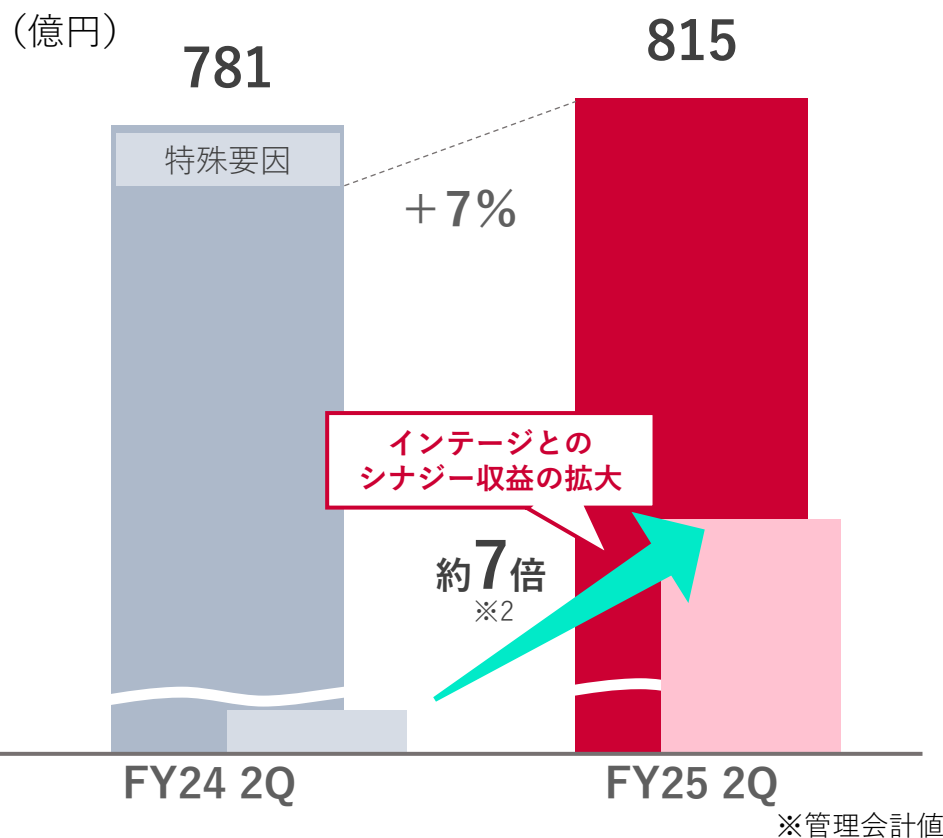
通信・決済等との連携で預金・口座を拡大し、ネット銀行No.1をめざす
CRM高度化により最適な金融サービスを提案し、金融事業全体を拡大



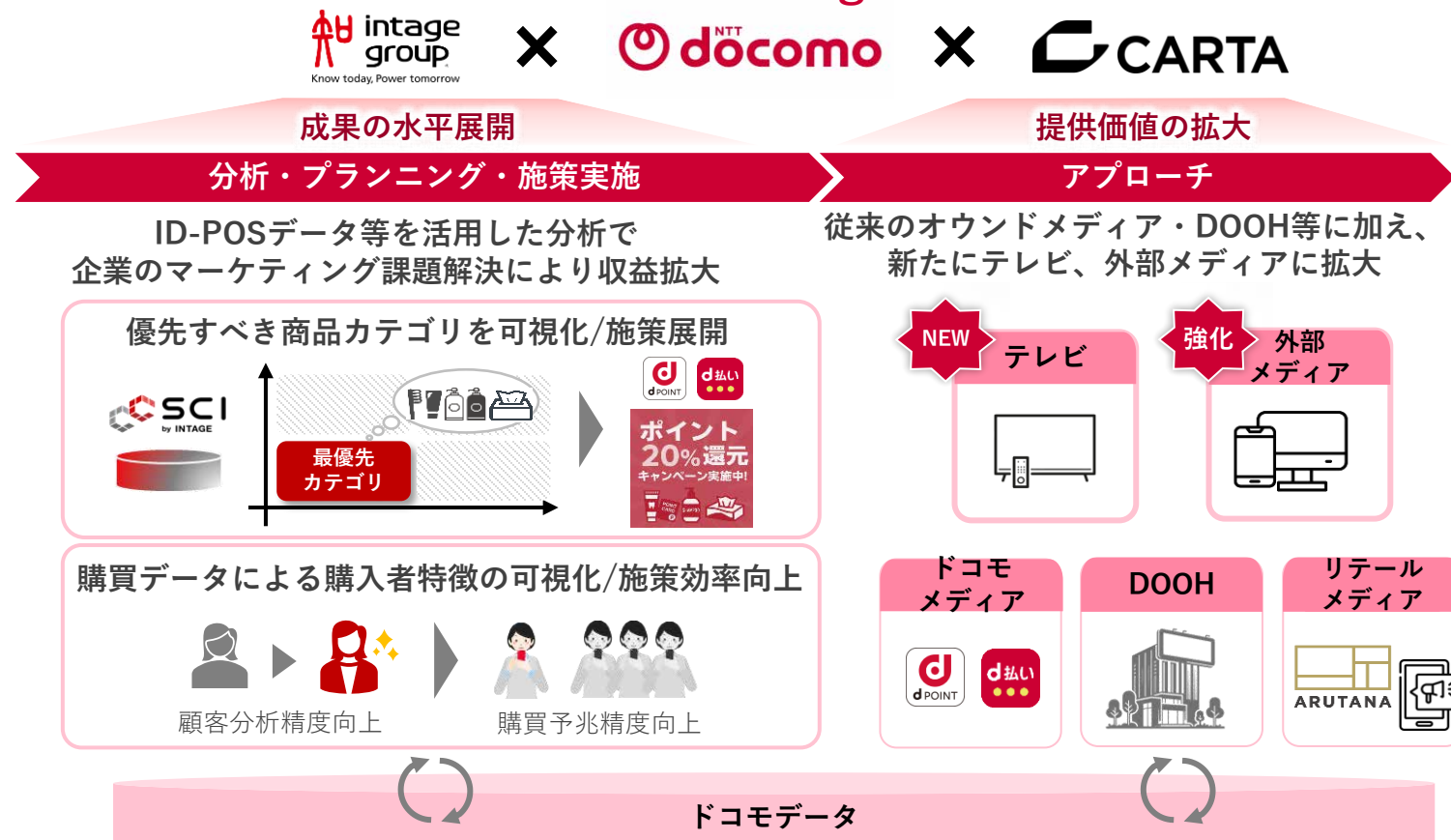
マーケティングソリューション

インテージとの取り組みは順調に拡大 CARTAとの業務資本提携を通じ、バリューチェーンの提供価値を拡大

マーケティングソリューション収益※1



インテージ・CARTA・ドコモによるSingle IDマーケティングの実現

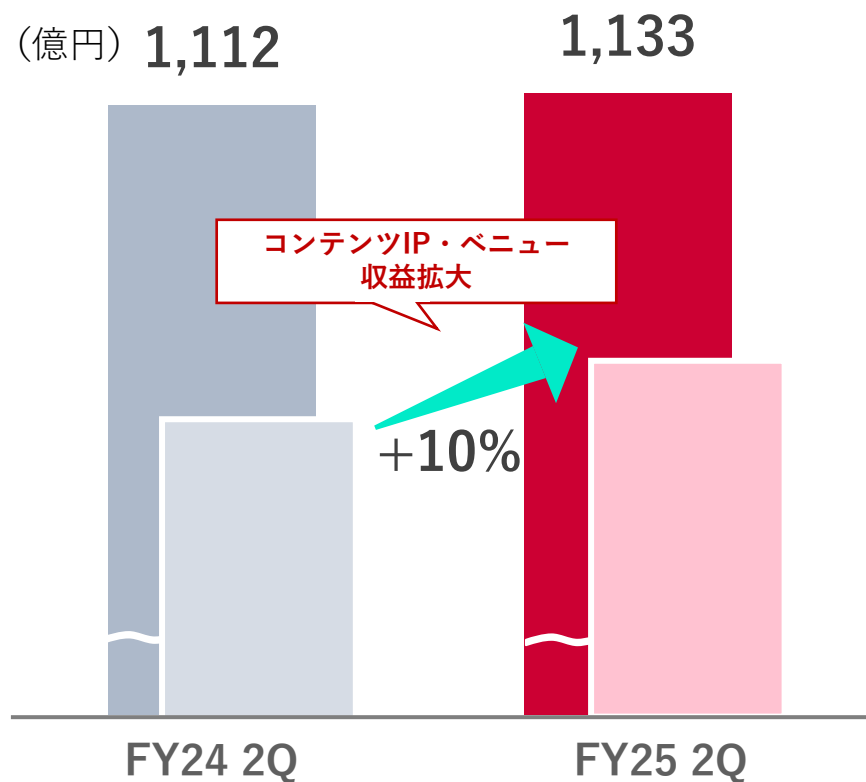


※1 一部サービスの領域間の組替に伴いFY24 2Q実績を変更 ※2 シナジー事業の立ち上げを加速するため、関連する既存事業との統合も推進

エンタメ

WOWOW社との提携で有力コンテンツを制作・獲得し、配信サービスを強化。ベニュービジネスは順調に拡大、更なる成長をめざす

エンタメ収益



※管理会計値

IP制作/獲得・デジタル配信

提携による有力コンテンツの獲得によりデジタル配信の競争力強化



ベニュー

興行やチケット・グッズ販売等を充実・強化し、更なる成長をめざす

貸館・ネーミングライツ・興行

チケット・グッズ販売

MUFGスタジアム THE MUSIC STADIUM
(国立競技場) (26.4)



©JNSE



IGアリーナ



©AIA corporation ※画像はイメージです

井上尚弥タイトル防衛戦
(25.9)



d ticket
(25.10)



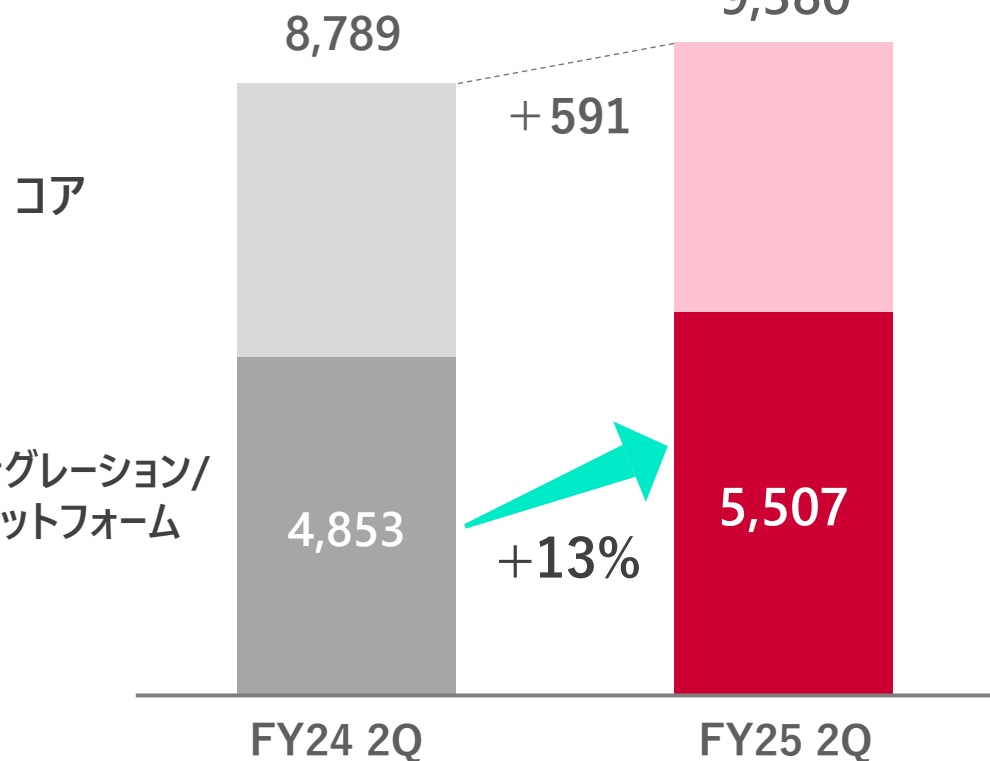
3 法人

法人 営業収益

成長領域であるインテグレーション/プラットフォームが順調に伸び、
オーガニック成長を牽引

営業収益

(億円)



主なポイント

➤ 増減内訳

- +) インテグレーション/プラットフォーム +654億
 - ✓ 大企業層は公共・製造・流通業界の需要増
 - ✓ 中堅・中小層はパッケージソリューションを軸に成長

-) コア

▲62億

AI時代のニーズを満たすプラットフォームの進化

NaaS（Network as a Service）を強みとしたAI-Centric ICT PFと 業界別/地域・中小DXソリューションで成長

ソリューション拡大の取り組み



世界で評価されるNaaS docomo business RINK®

米Gartner®社が2025年10月9日に発表した
クラス最高の技術革新を推進する世界中のCSP※を表彰する
「Eye on Innovation Awards」のAPAC地域において

※ Communication Service Provider

NTTドコモビジネスが
日本に本社を置く企業として
初めて“Winner”に選出



NaaS (Network as a Service)



<出典・免責>

Gartner®, 2025 Gartner Eye on Innovation Awards for Communications Service Providers <https://www.gartner.com/en/about/awards/eye-on-innovation/communications>
Gartnerは、Gartnerリサーチの発行物に掲載された特定のベンダー、製品またはサービスを推奨するものではありません。また、最高のレーティング又はその他の評価を得たベンダーのみを選択するようにテクノロジーユーザーに助言するものではありません。
Gartnerリサーチの発行物は、Gartnerリサーチの見解を表したものであり、事実を表現したものではありません。Gartnerは、明示または黙示を問わず、本リサーチの商品性や特定目的への適合性を含め、一切の責任を負うものではありません。
本書に記載するGartnerのコンテンツ（以下「Gartnerコンテンツ」）は、Gartnerシンジケート・サブスクリプション・サービスの一部としてGartner, Inc.（以下「Gartner」）が発行したリサーチ・オピニオンまたは見解を表すものであり、事実を述べているものではありません。
Gartnerコンテンツの内容はいずれも、そのコンテンツが発行された当時の内容であり、本書が発行された日の内容ではありません。また、Gartnerコンテンツに記載されている見解は予告なく変更されることがあります。
GARTNERは、Gartner Inc.または関連会社の米国およびその他の国における登録商標およびサービスマークであり、同社の許可に基づいて使用しています。All rights reserved. © NTT DOCOMO, INC. All rights reserved. | 21

4 ネットワーク

通信サービス品質向上の取り組み

基地局構築を加速し上期末までに5G基地局数は約1.3倍に（23年度末比）
第三者機関による全国調査では、通信品質にて高評価

継続的な5G基地局構築の加速

5G基地局数
(全国)



NOKIA

40MHz	40MHz	100MHz
3.4GHz帯	3.5GHz帯	3.7GHz帯

Dual Band対応MMU
導入開始(25年2月～)

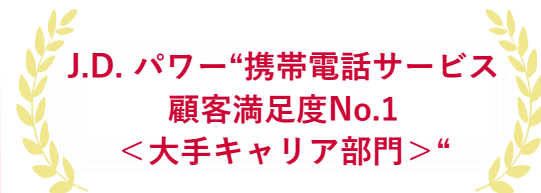
25年3月

約1.3倍
(23年度末比)

Sub6対応レピータ導入
(25年9月導入)

HPUE[※]導入開始
(NSA：25年6月～, SA：25年8月～)

25年9月



「通信品質」でトップ評価



J.D. パワー 2025年携帯電話サービス顧客満足度調査。
スマートフォンを利用している9,300名からの回答による。
同率1位。 japan.jdpower.com/awards

最新装置・機能の
積極導入

更なる通信サービス品質向上の取り組み

下期は、対策手法の多角化やパートナーとの連携強化等により
更に基地局構築を加速、全国主要都市を中心に上期比3倍超を構築

全国5G基地局構築数

下期は更に**加速**
(上期比**3倍**の構築)

26年度は
25年度以上を計画

25年度上期

25年度下期

構築手法の多角化



- 構築手法の多角化等により、都市部等の基地局設置場所の確保困難なエリアにおいても設置場所の確保完了

パートナーとの連携強化



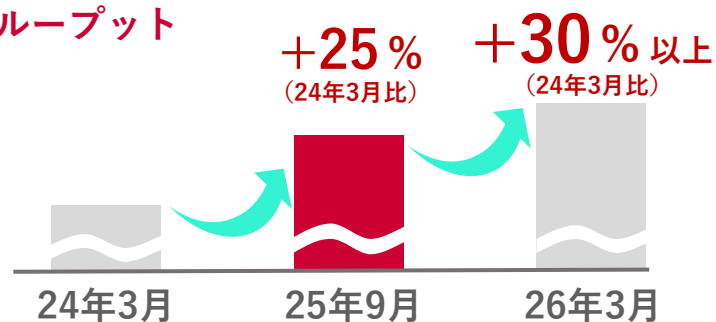
- 基地局構築を加速させるため、パートナーとの連携により、施工体制の強化やプロセス見直しを実施完了

体感品質改善の進捗状況

全国主要都市中心部および主要鉄道動線でのお客様体感もさらに改善
2026年3月には更なる品質改善を実感いただけるレベルに

全国主要都市中心部※1の品質改善状況

DL スループット



新宿駅周辺の例

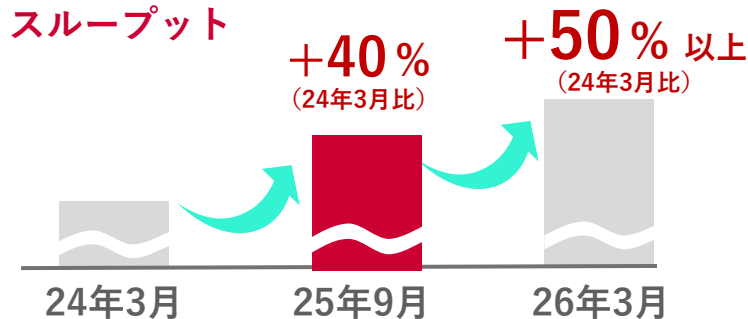
平均スループット(DL) 約 **20% 向上**※2

池袋駅周辺の例

平均スループット(DL) 約 **20% 向上**※2

全国主要鉄道動線※1の品質改善状況

DL スループット



中央線快速（東京-八王子間）の例

平均スループット(DL) 約 **40% 向上**※2

総武線快速（東京-千葉間）の例

平均スループット(DL) 約 **50% 向上**※2

※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、2025年度9月時点（2024年3月比）

つながろう。驚きを。幸せを。

NTTドコモグループ

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。