

株主・個人投資家の皆さまとのコミュニケーションマガジン

NTT
docomo

ドコモ通信

暮らしにスパイス。



vol.60
2014 夏号

文字サイズが大きく!

見やすさ、読みやすさを考慮し、文字サイズを大きくしました



WEBでも新コンテンツが
続々スタート!

ドコモの新しいビジネスへの取り組みや、新テクノロジーを毎号紹介します



読者の皆さまのご要望にお応えして、
ドコモ通信が変わりました!

スペシャル企画が続々登場!

社長対談や株主さま参加企画など
新たな企画をご用意しました

03

トップ対談
07ページ



渡辺 謙さん × ドコモ代表取締役社長 加藤 薫

使えるドコモ通信へ
「快適モバイルライフ術」

04

ドコモの開発スタッフがスマートフォンや新サービスなどのオススメの使い方をご紹介します



お知らせ

ドコモ通信の発行形態が変わります!

ドコモ通信のリニューアルに伴い、発行形態も見直します。冊子、WEBそれぞれの良さを最大限活かし、株主の皆さまに最適な情報提供を行うため、冊子版を年2回、WEB版を年4回、発行とさせていただきます。

ドコモ通信発行スケジュール

冊子版…年2回(6月・11月)発行
WEB版…年4回(6月・9月・11月・3月)発行

	6月	9月	11月	3月
冊子版	発行	—	発行	—
WEB版	発行	発行	発行	発行

ドコモ通信WEB版も リニューアルしました!

冊子版では収まりきれない多くの情報や最新情報はWEBに掲載しています。ぜひご覧ください。



※パソコン、タブレット、スマートフォンなどでご覧ください。



ケータイの便利な
利用法



ドコモ通信トップ対談

決算ハイライト

決算情報

ドコモ通信
バックナンバー



新たな成長に向けた礎を確実に築き、ドコモの業績を再び成長軌道に乗せていきます。

株主の皆さまには日ごろより格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。当社2013年度の業績につきましてご報告申し上げます。

代表取締役社長 加藤 薫

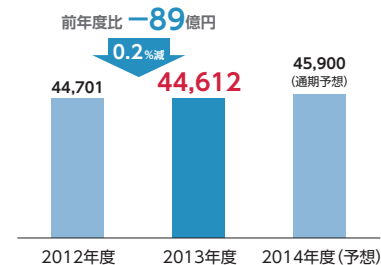
2013年度決算ハイライト

営業収益は前年度並みの4兆4,612億円、営業利益は8,192億円で前年度比180億円の減益となりました。営業収益は、スマートフォンの販売拡大による端末機器収入の増加や新領域収入の拡大があったものの、「月々サポート※1」の影響などでモバイル通信サービス収入が減少しました。営業費用は、経営体制の強化に向けコスト削減を推進する一方、ネットワーク設備の充実などにより増加しました。当期純利益は、持分法による投資損益が悪化し、前年度比263億円減の4,647億円となりました。

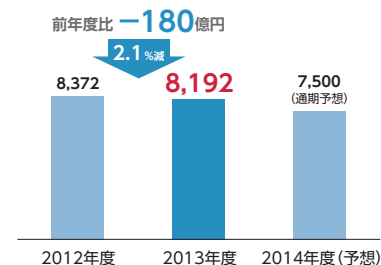
※1 お客さまが購入された端末機種に応じた月々サポート適用金額を、毎月のご利用料金から割り引くサービス。

決算の詳細についてはWEB版の「決算情報」をご覧ください

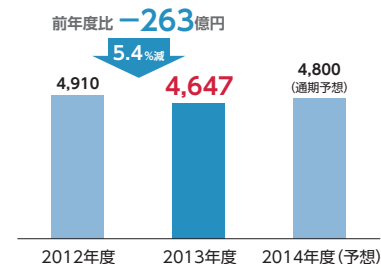
営業収益(単位:億円)



営業利益(単位:億円)



当社に帰属する当期純利益(単位:億円)



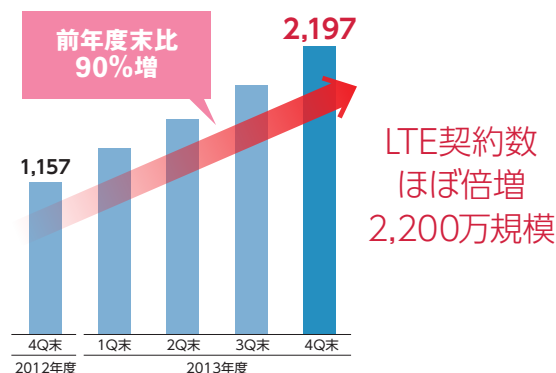
Point

- 総合力を磨き上げ、スマートフォン利用数・LTE契約数が拡大
- ネットワークエリア拡大、新領域収入の成長を実現
- 今年度は新料金プランを軸に、モバイル事業の新たな成長を目指す

2013年度事業運営結果について

2013年度は、端末・ネットワーク・サービス・料金/チャンネルの4つの総合力の強化に努めました。iPhoneを導入した第3四半期以降は純増数、MNPが大幅に改善すると共に、スマートフォン利用数・LTE契約数が着実に拡大し、「月々サポート」を除いたパケット収入は1,212億円増加しました。ネットワークは、LTE基地局数を前年度比で倍以上の55,300局に増やし、エリア強化を実現しました。サービスは、「dマーケット」の契約数が順調に拡大し、新領域収入の成長に貢献しました。

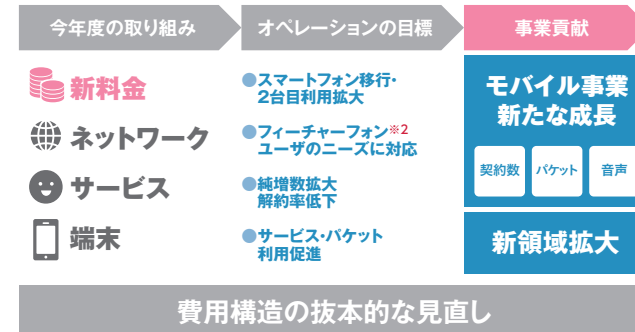
LTE契約数(単位:万契約)



2014年度の成長に向けた取り組み

今年度は、新たな成長に向けた礎を確実に築いていきます。新料金プランの導入と共に、ネットワーク、サービス、端末に磨きをかけることにより、純増数拡大・解約率低下・パケット利用促進などの経営目標の達成を目指します。その結果として、モバイル事業の新たな成長と安定したスマートフォン基盤による新領域拡大の事業貢献が期待できます。今期の業績予想は、営業利益7,500億円を見込んでいますが、各種取り組みにより、2015年度以降の業績を再び成長軌道に乗せていきます。

中期的成長に向けて

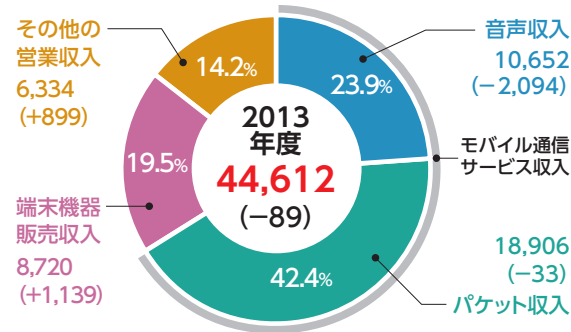


※2 携帯電話端末のうち、通話機能を主体として、加えておサイフケータイや赤外線通信といった高度で特徴的な機能を搭載している端末のこと。スマートフォンと区別し、従来型の端末を意味する形で使われることが多い。

決算情報

営業収益の内訳 (単位:億円)

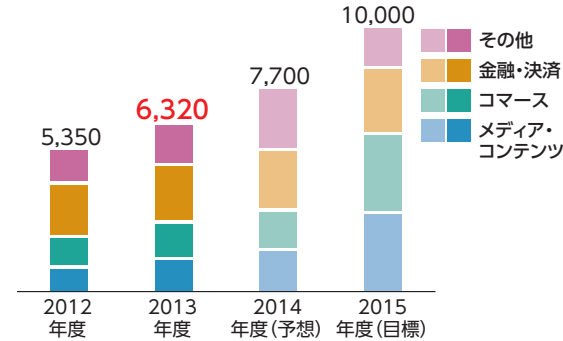
()内前年度比



Point

月々サポートの影響などにより音声収入が減少。一方スマートフォン等の積極的販売により端末機器販売収入が増加。

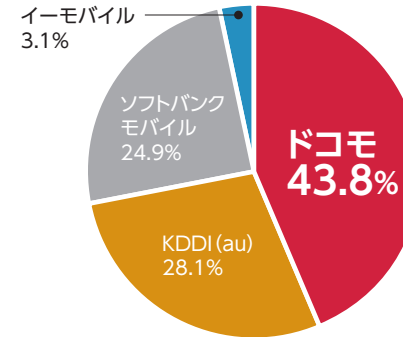
新領域収益 (単位:億円)



Point

dマーケット契約数増加により、メディアコンテンツ事業が拡大。2013年度は全体で1,000億円規模の成長を達成。

マーケットシェア

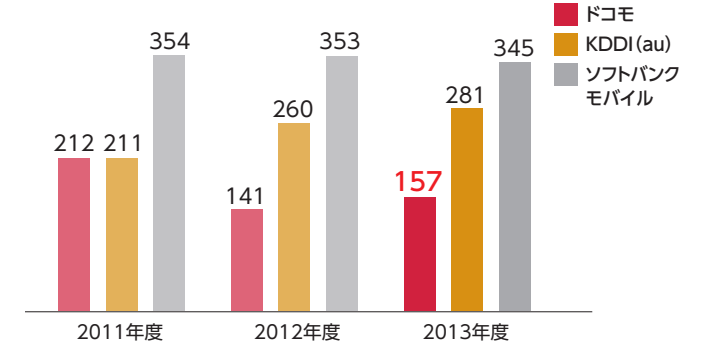


出典:各社発表をもとに当社が算出
2014年3月末現在

Point

厳しい競争環境により、前年度末比1.4ポイント減少。MNPの改善や純増数増加などにより、シェア拡大を目指す。

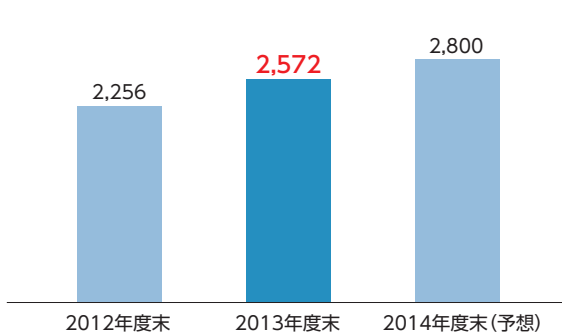
純増数 (単位:万契約)



Point

iPhone導入やドコモの学割などにより2013年度下期純増数大幅改善。今年度は370万の純増数獲得を目指す。

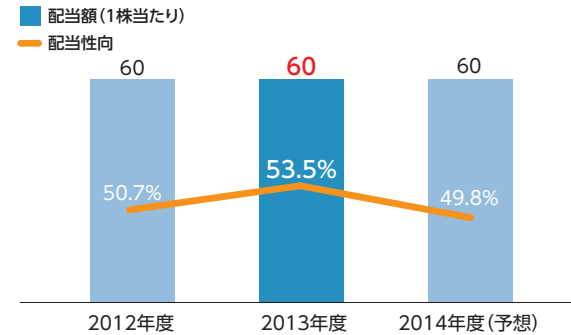
フリー・キャッシュ・フロー (単位:億円)



Point

2013年度は法人税などの支出減少、固定資産取得の支出減少などにより増加。今年度は、割賦債権の回収額の増加などにより2,800億円の目標。

配当額と配当性向 (単位:円)



Point

安定的配当と国内トップレベルの配当性向を維持。また今年度は5,000億円を上限に自己株式取得を実施予定。

1株あたりの配当額は、2013年10月1日に実施した1:100の株式分割を考慮後の数値

総合ARPU (1契約当たりの月間収入) (単位:円)

2013年度各社の平均値

1位	ドコモ	4,500 (-340)
2位	ソフトバンクモバイル	4,450 (-100)
3位	KDDI (au)	4,440 (+10)

※総合ARPU=音声ARPU+パケットARPU+スマートARPU^{*1}(ドコモ)
ドコモ以外の会社のARPU定義はドコモのものと異なる可能性があります。

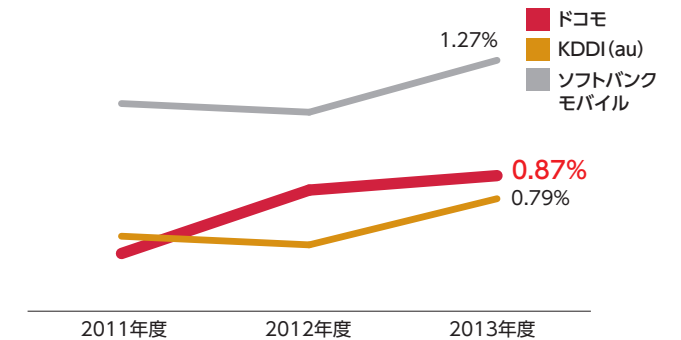
※1 スマートARPU:dマーケットなど、新たな事業領域での収入を示す指標

Point

スマートフォン利用数の増加などにより、スマートARPUが増加するものの、月々サポートやMOU^{*2}減少の影響により、音声ARPUやパケットARPUが減少。

※2 MOU(Minutes Of Use):1契約当たりの月間平均通話時間

解約率 (単位:%)



Point

2013年度は、春商戦でMNP競争が過熱した影響などにより解約率が上昇。



ドコモ通信トップ対談

俳優

渡辺謙さん

ドコモ代表取締役社長

加藤薫

Profile

渡辺 謙(わたなべ けん)

生年月日:1959年10月21日

血液型:A型 出身地:新潟県

1983年デビュー。1987年NHK大河ドラマ「独眼竜政宗」に主演。他、数々のテレビドラマ、映画、舞台に出演。「ラストサムライ」(2003年・ワーナー)で、第76回アカデミー賞・第61回ゴールデングローブ賞助演男優賞にノミネートされる。ハリウッド映画「GODZILLA」の日本公開が7月に控えている。2010年よりドコモCMに出演。

コマーシャル

スマートライフのパートナーとしてTVCMの世界を実現する

日本が誇るハリウッドスターとして、いまま世界を舞台に活躍されている渡辺謙さん。2010年からドコモのCMにご出演いただき、4年間にわたってドコモの歩みを近くで見続けてくださっています。今回はその渡辺謙さんをお招きし、ドコモという企業や製品についての印象、スマートライフの今後の可能性などについて加藤社長とお話いただきました。

ケータイを演じる中で「寄り添う」ことの意味を考えさせられた

加藤薫(以下加藤) 渡辺さんには2010年からCM出演をお願いしています。サッカーの本田圭佑さん、ボクシングの村田諒太さんなど、これまで本当にあらゆる方のケータイやスマートフォン役を演じていただきました。でも2010年当時、社内では「渡辺謙さんのような大俳優を本当にケータイ役にしてしまっているのか」という議論もありました。

渡辺謙(以下渡辺) いやいや、ケータイの立場でモノを見るということはなかなかありませんし、道具として存在しているものに意志を持たせるという、とてもユニークな企画だと思いました。

加藤 お褒めいただき、ありがとうございます。

渡辺 CMとして面白いかどうかだけでなく、自分の立ち位置が変わるという意味で、新鮮な感覚がありましたね。また、2011年には東日本大震災があったので、改めて人に「寄り添う」とはどういうことなのか、人との距離感について考えさせられました。

これは、俳優という職業にも通じます。俳優は、乖離し過ぎた存在では観客に受け入れてもらえませんが、だからといって近

過ぎると今度は日常になってしまい、非日常のドキドキ感を提供できません。半歩先か半歩後か、ちょうどいい距離を保ちながら相互に引き合うことができる、そんな寄り添い方ができればいいと思います。

加藤 これまでのCMの中で、特に印象深いエピソードなどがありましたらお聞かせください。

渡辺 ケータイって、常に犬を連れて歩いているみたいなものじゃないですか。しかも、その犬は非常に多機能で、あらゆる場面でサポートしてくれます。だけど主従は絶対にあって、僕(ケータイ)が主になっては駄目だということは、常にスタッフと話していました。だからどこかで後ろに引くとか、示唆はするし、突っついたりもしますが、それはあくまでも後ろからで、僕が前に出ることはありません。目線も含め、その辺の立ち位置は常に考えていましたね。

加藤 脇役と主役みたいなのですか。

渡辺 脇役というよりは、ケータイとしての在り方です。例えば、若い女性が初めて上京して右も左も分からなくて……というCMがあったじゃないですか。あの時もケータイである僕は、彼女の求めに応じてサポートに徹しています。主人公はあくまでもケータイを使う人間だということを意識して演じていました。

加藤 なるほど。ケータイが持つ可能性や在るべき姿につい

て、ご自身が演じながら実感されてきたわけですね。

渡辺 そうです。よく「このケータイ、どうやって動かすの」と聞かれ、「分からない」と言う。「なぜ分からないの? ケータイなのに」と怒られたこともありますけどね(笑)、カミサンですけど……。

「あれもできます」
「これもできます」ではなく
選択肢を提案できるパートナーに

加藤 いま、ドコモは『スマートライフのパートナーを目指す』ということで、お客さまの生活をサポートするサービスを積極的に展開しています。例えばお客さまの健康管理のアドバイスをするサービスや、ペットに対するサービスなども始めていますし、これからも様々なサービスを開発していく予定です。いくつかのサービスを組み合わせでお勧めできるような方法も検討しています。

渡辺 自分で選択できるサービスは有効かもしれないですね。例えば、エクササイズ

と健康管理で「コレとコレを併せてやるのはいかがですか」と提案があり、それをもとに自分で選べるようなものです。

加藤 「ここ」週間の状況からすると、今日はこういうものを行った方がいいですよ」とお勧めするとか、ですね。

渡辺 食事管理でも、医師や栄養士と直接つながったり、あるいは食材を販売するスーパーマーケットとも連携できるような、本当の意味で豊かなネットワークがあり、それを自分で「これは欲しい」「これはいらぬ」と組み合わせを考えると面白いかもしれません。全部決まってしまうと、たぶん……。

加藤 つまらないですか。

渡辺 あまり考えなくなるっていうのはまずいと思うんですね(笑)。

加藤 良くないですよ。渡辺さんがイメージされているのは、ドコモ側が「あれもできます」「これもできます」と全部用意するのではなく、お客さまにカスタマイズしていただくというものです。選択肢をうまくパッケージしながらお勧めできたらいいなと

思います。ただ、カスタマイズ^{※1}が面倒という方もいらっしゃるの、画一的にならないように気をつけます。ご高齢の方へのサポートとしては、スタッフが訪問するということもあるのかなと思っています。

渡辺 人が介在するということですか。

加藤 はい。トータルにサポートすることは、そういうことも含むのではないかと。

渡辺 その意味では、ビデオ通話などは実際に顔を見ながら話ができ、状況をちゃんと把握できるので有効かもしれないですね。

加藤 いわゆるテレビ電話ですね。テレビ電話には「着替えなきゃ」とか「片づけな

※1 既存の商品などに手を加えて、好みのものに作り変えること。



きゃ」とか、構えてしまう部分があるためか、これまで需要はそれほど伸びていません。それをどう乗り越えるかが課題です。

渡辺 プライバシーもありますからね。どこまで許せるのかということですね。

加藤 そこはチャレンジだと思っています。

テクノロジーで
人間的な温かみのあるケータイが
実現できるだろうか

渡辺 不動産の物件を紹介するTV番組を見ると、最近は家や部屋に電話がないですね。

2013年6月放映
「Strong. 本田さんと謙さん」



加藤 固定電話ですね。

渡辺 はい。自分が東京に出てきた頃と比べると、この30年のテクノロジーの進歩には驚かされます。まあ、必死に追いかけてはいるんですが……。

加藤 そんなことはないでしょう(笑)。

渡辺 いまの若い人は、自分の部屋の電話をどうしようなんて考えないですね。

加藤 10円玉を持って公衆電話に行くなんて言ったら、怪訝な顔をされますね。本当に変わったと思います。今後の技術がどうなるのか、まだ分からない部分も多いですが、少なくともドコモが急速に変化するインフラの中心にいるのは確かで、私たちがやるべきことは多いと思っています。

渡辺 すでに僕も立派な老眼ですし、老化の入り口に差しかかっているんで……。

加藤 まだまだでしょう。

渡辺 いや本当に。そのせいか、最近はテクノロジーは人に優しくあって欲しいと思うようになりました。

加藤 おっしゃる通りです。技術ばかりが主張して前面に出てしまっはいけませんね。スマートフォンで薄さを競っているうちは駄目で、私は端末はゼログラムが理想だと思っています。今後はいかに意識しないで持ち歩ける端末を開発していくか、それを技術で解決することが私たちの使命だと考えています。

渡辺 意識しないというのは、ストレスなく使えるということですね。

加藤 はい。ケータイやスマートフォンが自分を主張し過ぎてはいけません。

渡辺 テクノロジーの進歩でできることをどんどん増やすだけでなく、ぜひ、僕らユーザーが本当に欲しいと思っている「必要なモノを必要なだけ、しかも簡単に」を実現してください。

加藤 本当に。「なんでもできる」は、ある意味「なにもできない」に等しいかもしれません。

渡辺 ケータイやスマートフォンの画面や音声には、どうしても冷たい感じがありますね。でもテクノロジーによって、そこに人の温かみを感じられるようになれば、それこそケータイを人間に見立てたCMの世界が実現できるのではないかと思います。

加藤 あのCMを企画したドコモの想いは、まさにその通り「人の温かみを感じられるケータイ」です。技術によって支えら

れているものですが、それを見せることなく、人間的な温かみがあるものにしていかなければなりません。時間はかかりますが、必ず実現したいと思います。

渡辺 僕が演じている人間味あるケータイが実現するのは、まだちょっと先ということですね。

加藤 まだまだですね。まだ人間らしくなっていません。機械の段階ですから。

1,000のサービス考えた後に 本当に役立つ3つのサービスが生まれる

加藤 本日は、渡辺さんにCM出演から感じられたことや、ユーザーとしての想いなどをお聞かせいただき、大変参考になりました。私たちも改めて、ケータイやスマートフォン、それを使うお客さまとの関係がどうあるべきか、よく考えてサービスを提案しなければならないと思います。

渡辺 でも、現代社会のユーザーニーズはあまりにも多種多様じゃないですか。それぞれの事情や職業が違えば必要なものも違いますし。

加藤 本当に。それだけ多様なニーズにスマートフォンやケータイだけで応えていこうというのも、おこがましい話かもしれません。

渡辺 でもユーザーは、ある程度の幅で選択肢を提供していただければ、その中で知恵を絞ったり、人に聞いたりしながらベストウェアを探しあてていくものだと思います。

加藤 そうですね。サービス開発も千三つなどと言われますが、1,000以上の多くのサービスを開発して、そこでの経験をフィードバックすることで初めて本当に歓迎されるサービスが生まれるのかもしれないですね。

渡辺 僕らの仕事も全くそうです。表現する時は、20～30ぐらいの方法を試してみるんです。その中のひとつでも残ってくればいいなあという気持ちですが、そうした試行錯誤の過程を観客に見せることはありません。いろいろやっているのが見えてしまうと、途端にウンザリという感じになるので。「いいなあ」と思ってもらうためには、あらゆるところで裏方の準備が必要だという気がします。

加藤 確かにそうですね。素晴らしい助言をいただきました。

渡辺 社長がおっしゃった千三つというのと同じことじゃないですか。

加藤 ドコモもそんな存在になりたいですね。そんな存在を目指してまいります。本日は、ありがとうございました。

 トップ対談の全文は、ドコモ通信WEB版をご覧ください。



新たな料金プランおよび割引サービスの提供を開始

● 音声定額、パケットシェア、長期優遇、若者支援の4つが柱

新料金プランのコンセプトは、「ライフステージに合わせて、長くおトクにお使いいただける料金」です。お子さまの成長に合わせてフィーチャーフォンからスマートフォンへ乗りかえる、家族が増えるときに機種を追加する……など、お客さまのライフステージに合わせて使いやすく、さらにご家族が長くお使いいただく程おトクになる料金を目指しました。

新料金プランでは、国内の音声通話が定額となり、


6月1日から、ドコモの新しい料金プラン「カケホーダイ&パケあえる」がスタートしました。

- 国内の音声通話を定額にする「カケホーダイプラン」
- パケット(データ)通信量をご家族で分け合える「シェアパック」
- ご利用年数に応じた割引サービス「ずっとドコモ割」
- 25歳以下のお客さまを応援する「U25応援割」

新料金プランは以上の4つを柱としています。


お客さまは時間や回数を気にせず音声通話を利用することができます。また、パケット料金については、家族単位で利用状況に合わせてパケットプランをご契約いただき、合計データ通信量を設定することでご家族で分け合うことも可能です。さらに、長期利用のお客さまは契約期間に応じてパケット料金が割引となり、25歳以下のお客さまは基本料金とデータ通信量がおトクになります。

■新料金プラン「カケホーダイ&パケあえる」



カケホーダイプラン

国内初^{*1}
国内通話は完全かけ放題^{*2}
だからあんしん。



シェアパック

国内初^{*1}
家族みんなでムダなく、
パケットを分けあえる。



ずっとドコモ割

長くお使いの方は
パケット料金が割引に!



U25応援割

毎月、500円 OFF&1GB プレゼント!

*1 2014年4月10日現在、当社調べ。調査対象:au・ソフトバンク・ウィルコム・イーモバイル ホームページ。 *2 一部対象外の通話があります。

■「カケホーダイ&パケあえる」料金イメージ

BEFORE	父	母	兄	妹
ご利用中のデバイス	スマホ	ケータイ	スマホ	ケータイ
ご利用年数	15年以上	8年	3年	3年
ご利用プラン	基本プラン タイプXiにねん/ Xi カケホーダイ パケット 定額サービス	基本プラン タイプS パリュー パケホーダイ ダブル (定額料)	基本プラン タイプXiにねん/ Xi カケホーダイ ライト	基本プラン タイプSS パリュー パケホーダイ ダブル (上限額)
基本使用料+インターネット接続サービス料	1,710円/月	1,800円/月	1,710円/月	1,234円/月
通話料	1,500円/月	1,500円/月	1,500円/月	1,500円/月
パケット料	5,700円/月	372円/月	4,700円/月	4,200円/月
割引サービス	-	-	-	-
合計 (料金/データ通信量)	27,426円/月 11GB未満			

AFTER	父	母	兄	妹
ご利用中のデバイス	スマホ	ケータイ	スマホ	ケータイ
ご利用年数	15年以上	8年	3年	3年
ご利用プラン	基本プラン カケホーダイプラン (スマホ)	基本プラン カケホーダイプラン (ケータイ)	基本プラン カケホーダイプラン (スマホ)	基本プラン カケホーダイプラン (ケータイ)
基本使用料+インターネット接続サービス料	3,000円/月	2,500円/月	3,000円/月	2,500円/月
通話料	0円/月	0円/月	0円/月	0円/月
パケット料	9,500円/月 + 500円/月(シェアオプション) ×3			
割引サービス	ずっとドコモ割 1,000円/月割引	-	U25応援割 500円/月割引+ ボーナスパケット1GB	U25応援割 500円/月割引+ ボーナスパケット1GB
合計 (料金/データ通信量)	20,000円/月 12GB ※ボーナスパケット 2GB含む。			

▶▶ 4人家族でご利用の場合、「カケホーダイ&パケあえる」だと約7,500円もおトク!

●お客さまに選ばれ、使い続けていただくパートナーとして

近年、スマートフォンやタブレットの普及によりデータ通信量が飛躍的に増加し、安価な音声通話サービスへのニーズが拡大するなど、モバイルの利用形態は急速に変化しています。一方、お客さまからは「長くドコモを使っているメリットが欲しい」「無料通話分を含む料金プランが欲しい」「複数の端末を効率的に使いたい」という声をいただいています。新料金プランは、このような利用形態の変化と、お客さまの声を踏まえたものです。これまでのようなキャッシュバックによる新規契約獲得合戦から脱し、お客さまに提供するサービスの価値向上の競争に

シフトしていきます。

ドコモのモバイル事業における効果としては、

- パケット通信利用の促進
- 音声コミュニケーションの促進
- 契約数の拡大
- 販売費用の適正化

以上が見込め、モバイル事業を新たに成長させていくことができると考えています。

今後も一層のサービス向上に取り組み、お客さまの声を伺いながら、お客さま満足の最大化を目指していきます。

●今号のテーマ

シニア向けあんしんアプリ
つながりほっとサポートのご紹介

対応機種

- ・らくらくスマートフォン F-12D
- ・らくらくスマートフォン2 F-08E
- ・らくらくスマートフォンプレミアム F-09E
- ・らくらくスマートフォン3 F-06F(8月発売予定)

つながりほっとサポートって?

ご利用者の体調情報や、スマートフォンの利用状況（歩数計の歩数や電池残量など）を、あらかじめ設定した「つながりメンバー」にメールでお知らせするサービスです。例えば、シニアの方が離れて暮らすご家族などに元気であることをお伝えすることができるので、あんしんです。いつものようにスマートフォンを使っただけで、「本日初めてスマートフォンを利用しました」とか「電池残量が20%以下になりました」といった、スマートフォンの利用状況が自動的に通知されます。ご利用方法は、「つながりほっとサポート」アプリをダウンロードし、つながりメンバーのメールアドレスを登録するだけ。とってもカンタンです。

今号のナビゲーター

NTTドコモ 森田裕香

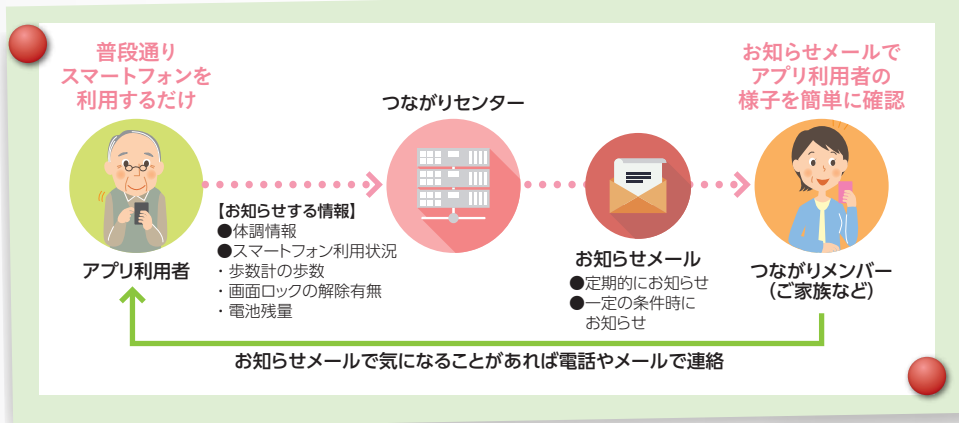
コンテンツビジネス推進部に本サービスの開発・運営にたずさわる。

「サービス開始以来『いいサービスだね』など多くの声をいただいています。これからもご利用者の声を聴き、より良いサービスにつなげてまいります。」

「つながりほっとサポート」アプリのご利用イメージ



ダウンロードの方法は?



「dメニュー」の「お客様サポート」からダウンロードできます!



ご利用者の画面イメージ



ご利用者がアプリのトップ画面から体調を登録すると、その情報がつながりメンバーに通知されます。ご自分の体調の記録を振り返って確認することもできます。

つながりメンバー(ご家族など)

お知らせメール受信画面



1日1回、あらかじめ指定した時間にお知らせメールを受け取ります。また、ご利用者の1日の歩数が一定数以上になった場合やスマートフォンの電池残量が一定値以下になった場合など、あらかじめ指定した条件でもメールを受け取ることができます。



- お客様サポート
- ドコモアプリ
- アプリ一覧
- つながりほっとサポート

59号アンケート結果をお知らせします

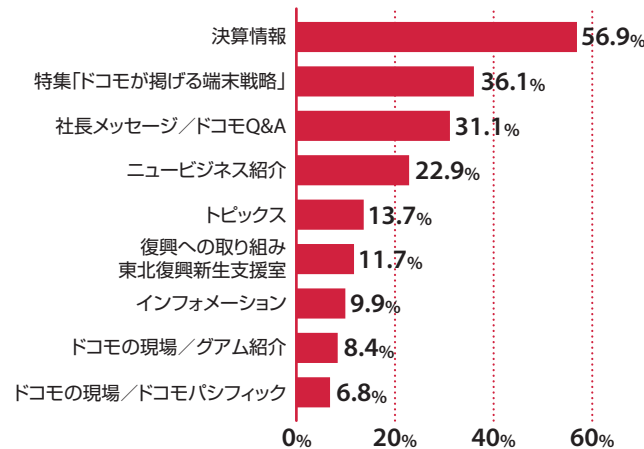
ドコモ通信59号で実施させていただきましたアンケートに対して、15,000名を超える株主の皆さまからご回答いただきました。非常に多くのご意見・ご感想をいただきましたことを、この場をお借りして心より御礼申し上げます。皆さまのご意見・ご感想を参考に、文字のサイズアップや新企画の内容掲載など、見やすく、ポイントを絞った冊子に改善しました。今後もドコモの経営戦略や決算情報などを分かりやすく、丁寧にお伝えできるよう努めて参ります。

〈アンケートについて〉

- * ご回答いただきました内容につきましては、当社が十分なる注意をもってお取り扱いし、IR活動や経営の参考とする目的以外に使用されることはございません。
- * 当アンケート結果はいただいたご回答から無作為にハガキ4,000件、WEB 181件をサンプルとして抽出し、集計したものです。

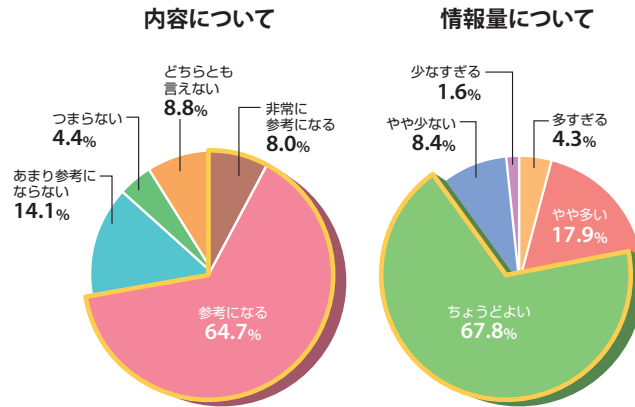
参考になった特集・コーナー（複数回答）

*無回答を除く



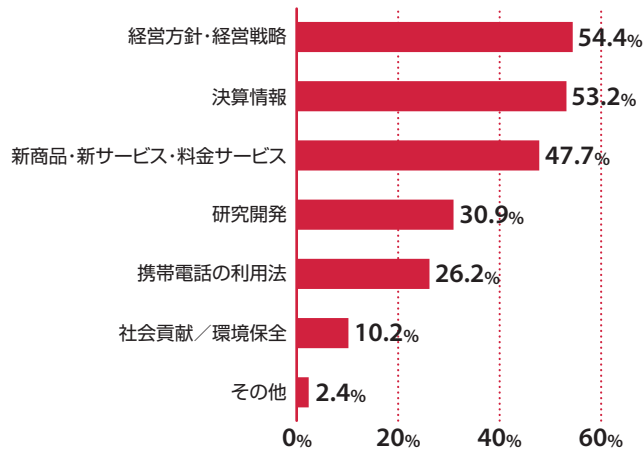
ドコモ通信をご覧になった感想

*無回答を除く



今後のドコモ通信で得たい情報（複数回答）

*無回答を除く



その他のアンケート結果については、ドコモ通信WEB版をご覧ください。

□ 会社情報

会社概要（2014年3月31日現在）

社名 株式会社NTTドコモ(英文名:NTT DOCOMO, INC.) (証券コード:9437)
 本社所在地 〒100-6150 東京都千代田区永田町二丁目11番1号 山王パークタワー
 電話(03) 5156-1111(大代表) ホームページ <http://www.nttdocomo.co.jp/>
 設立 1991年8月(資本金:9,496億7,950万円)
 事業年度 毎年4月1日から翌年3月31日まで
 配当支払株主確定日 期末配当:毎年3月31日 中間配当:毎年9月30日

□ 総合お問い合わせ先/各種ご注文受付〈ドコモ インフォメーションセンター〉

ドコモの携帯電話からの場合

(局番なし) **151** (無料) 受付時間 午前9:00~午後8:00(年中無休)

*一般電話などからは、ご利用になれません。

一般電話などからの場合

0120-800-000

受付時間 午前9:00~午後8:00(年中無休)

*一部のIP電話からは接続できない場合があります。 *番号をよくお確かめのうえ、おかけください。

□ 株式に関するお問い合わせ先

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

〒137-8081 東京都江東区東砂7丁目10番11号

0120-232-711

オペレータ対応
受付時間 平日のみ/午前9:00~午後5:00

0120-244-479

各種お手続き用紙のご請求(音声自動応答)
24時間受付

<http://www.tr.mufg.jp/daikou/>

- ・住所変更、配当金振込指定その他各種お手続きにつきましては、お取引の証券会社等までお問い合わせください。
- ・特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、特別口座の口座管理機関である三菱UFJ信託銀行までお問い合わせください。
- ・お支払期間経過後の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行までお問い合わせください。

INFORMATION

「復興特別所得税」に関するご案内

「東日本大震災からの復興のための施策を実施するために必要な財源の確保に関する特別措置法(平成23年法律第117号)」の施行に伴い、2013年1月1日以降に支払われる上場株式等の配当等に係る所得税に対し、以下のとおり2.1%が追加課税されています。

	2012年12月31日まで	2013年1月1日から 2013年12月31日まで	2014年1月1日から 2037年12月31日まで	2038年1月1日から
合計	10%	10.147%	20.315%	20%
①所得税	7%	7%	15% ^(※)	15%
②復興特別所得税(①×2.1%)	-	0.147%	0.315%	-
③住民税	3%	3%	5% ^(※)	5%

- 源泉徴収が行われる場合の税率です。ただし、内国法人の場合は住民税が徴収されません。
- 上記は、上場株式等の配当等に係る復興特別所得税について、一般的な情報を提供するために作成されたものであり、本ご案内の内容が当てはまらない場合もございます。詳細は国税庁(ホームページ: <http://www.nta.go.jp/>)や最寄りの税務署等にお問い合わせください。

(※)証券税制における軽減税率の適用終了に伴う税率の変更です。