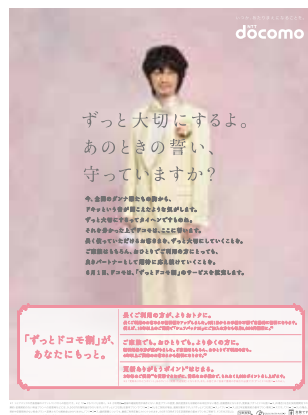


ドコモのネタを追う新聞記者シリーズも2年目を迎えます。綾野さん演じる記者が、取材を通して知り合った近藤春菜さんと恋に落ち、めでたく結婚するところからスタートいたします。これからの展開にご期待ください。

「ずっとドコモ割」グラフィック広告



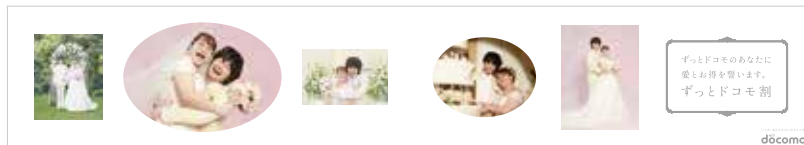
新聞広告



屋外広告



総合カタログ



交通広告

長くご利用のお客さまを大切にするために、6月1日から「ずっとドコモ割」がますます充実します。ドコモはお客さまとの間にいい夫婦のような関係を築いていきたい。その思いを、新聞広告やポスター及び「結婚式」篇と「お義父さん」篇の2つのCMを通して、世の中に広く伝えていきます。

特設サイトはこちら https://www.nttdocomo.co.jp/special_contents/tokudane/

ドコモ公式チャンネルはこちら <https://www.youtube.com/channel/UC1MZ9XvYFOU8s9ORxWoZ8Gw>

※今年度から「ドコモ通信」は年2回の発行となりました。より充実した誌面づくりを行い、株主のみなさまに有益な情報をこれからもお届けしてまいります。

※本ドコモ通信に掲載されている会社名、商品名などは該当する各社の商標または登録商標です。
※本ドコモ通信から許可なく転記、複写することを固く禁じます。



この冊子は
植物油インキで
印刷しています。



見やすい
ユニバーサルデザインフォントを
採用しています。

株式会社NTTドコモ

ドコモ
通信

DOCOMO TSUSHIN

株主・個人投資家のみなさまとの
コミュニケーションマガジン

vol. 68 | 2016
夏号

利益回復からさらにその先へ
お客さまへのさらなる価値の提供をめざして

WEB版ドコモ通信で詳細・最新情報を配信中

ドコモ通信 68号



このたびの熊本地震により被災された方々に心よりお見舞い申し上げます。
地震発生直後は熊本地方を中心に、携帯通信サービスが一部ご利用いただけない状況がございましたが、4月末に被災地域のサービスエリアはすべて復旧いたしました。
今後もネットワークの完全復旧に向けた取組みと被災地の支援に最大限の努力を傾注してまいります。
被災地のみなさまのご健康と一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

代表取締役社長 **吉澤 和弘**



株主のみなさまにおかれましては、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。「ドコモ通信」68号をお届けするにあたりましてご挨拶申し上げます。このたび、代表取締役社長に就任いたしました吉澤 和弘です。事業のさらなる発展と利益成長に向け、全力を尽くしてまいりますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

私は長く移動通信・携帯電話の開発に携わり、モバイル通信の黎明期からその進化と発展に情熱をささげてきました。今やスマートフォンはポケットに入るデバイスでありながら世界中の知識、情報を即座に手に入れることができます。今後はさらにデバイス、ネットワーク、ソフトウェアを進化させ、「さらなる価値」をお客さまに打ち出していきたいと考えております。そのために、3つの柱を掲げ取り組んでいきます。

1点目は“サービスの創造・進化”です。ドコモの技術力を活かしたイノベーションや多種多様なデータを活用したサービスの創造にスピード感をもって取り組みます。2点目は“+d」のさらなる促進”です。ドコモの持つアセットを駆使し、パートナーとの協創でお客さまに新たな価値を提供していきます。3点目は“あらゆる基盤の強化”です。通信ネットワーク基盤の高度化、コスト構造改革、顧客基盤の拡大とお客さま満足度の向上をさらに進めていきます。

今年度は利益回復から「さらにその先へ向かう躍動の年」と位置付け、中期的な利益成長につなげていきます。株主のみなさまには引き続きご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



- ◎ **対前年増収増益。営業利益が7,830億円まで回復**
- ◎ **新料金プランが基盤となり、モバイル通信サービス収入が対前年プラスに**
- ◎ **スマートライフ領域の成長が利益回復を牽引**

✔ **2015年度の業績について**

当期の営業収益は、新料金プラン「カケホーダイ&パケあえる」の上位プランへの移行が進んだことや、タブレット端末などの2台目需要の拡大などによる通信事業の回復、「dマーケット」をはじめとしたスマートライフ領域の順調な成長などにより、前期に比べ1,437億円増の4兆5,271億円となりました。

営業費用は、スマートライフ領域での費用が増加したものの、コスト効率化の取組みに伴う、販売・ネットワーク関連費用の減少などにより、前期に比べ3億円減の3兆7,441億円となりました。

これらの結果、営業利益は前期に比べ1,440億円増の7,830億円となりました。これは、本年度第2四半期に見直した連結業績予想7,100億円を大幅に上回るものであり、中期目標の達成に向けて大きく前進することができました。また、当社に帰属する当期純利益は、前期に比べ1,383億円増の5,484億円となりました。

✔ **2015年度の事業運営結果について**

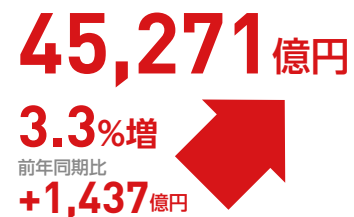
通信事業においては、新料金プラン「カケホーダイ&パケあえる」の充実および「ドコモ光」の普及拡大に取組み、新料金プランの契約者数は3,000万件を突破、「ドコモ光」の累計申込数は184万件に増加しました。純増数などのオペレーション数値も大幅に改善しました。

スマートライフ領域^{*}においては、「dマーケット」などのコンテンツサービス、クレジットなどの金融・決済サービス、グループ会社におけるサービスが利益成長を牽引しました。

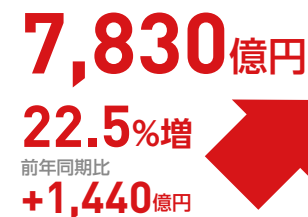
さらに経営体質の強化をめざし、計画を上回るコスト効率化を推進しました。

また、「ドコモポイント」を「dポイント」にリニューアルし、お客さまにとってより便利で利用価値の高いポイントサービスの提供を開始しました。

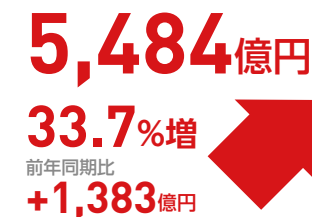
営業収益



営業利益



当社に帰属する当期純利益



^{*} スマートライフ領域：「スマートライフ事業」と「その他の事業」を合わせた事業領域のこと。

Q1 2016年度業績予想のポイントについて教えてください。

A1 中期目標を一年前倒しで達成、営業利益は9,100億円の達成をめざします。

営業収益については、「ドコモ光」収入の増加、新料金プランの拡大に伴うパケット収入の増加、スマートライフ領域の収入増加により、前期比929億円増の4兆6,200億円を見込んでいます。営業費用については、さらなるコスト効率化の取組みおよび減価償却方法の変更による償却費用の減小などにより、341億円減の3兆7,100億円を見込んでいます。その結果、営業利益9,100億円の達成をめざします。なお、減価償却方法の変更影響を除いた営業利益目標は8,600億円となり、その影響を除いても中期目標であった2017年度営業利益8,200億円を上回る実績を見込んでいます。

2016年度 主要目標一年前倒しへ

(億円)	2016年度 予想	2017年度 中期目標
営業利益 (償却方法変更影響等 除き)	9,100 (8,600)	8,200以上
再)スマートライフ領域	1,200	1,000以上
コスト効率化(2013年度比)	▲4,400*	▲4,000以上
設備投資額	5,850	6,500以下

※2014年度 1,200億円、2015年度 2,400億円、2016年度 800億円の合計

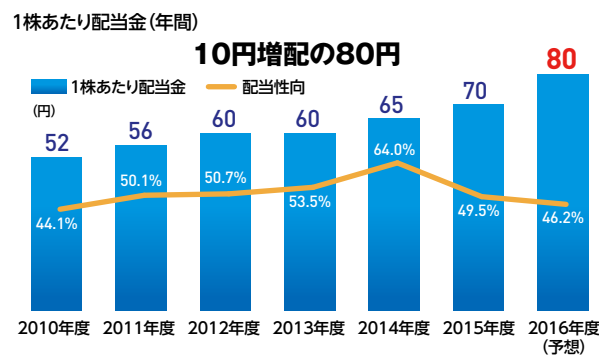
Q2 2016年度の株主還元について教えてください。

A2 2016年度の年間配当を10円増の1株あたり80円とする予定です。

2015年4月に発表した中期目標にてお約束した株主還元の強化について、2016年度の年間配当を10円増の1株あたり80円とする予定です。

また、自己株式の取得については、今年1月に発表した取得枠5,000億円(上限)のうち、取得済みの約3,000億円分を除く残り約2,000億円について、同額を上限として2016年5月2日から年末にかけて実施することを発表いたしました*1。今後も株主のみなさまへの利益還元を経営の重要課題のひとつと位置付け、資本効率の向上とともに一層の強化を図ってまいります。

*1 2016年4月28日発表



Q3 新料金プランの新たなコース「フリーコース」と「ずっとドコモ割コース」について教えてください。

A3 2年定期契約満了後に選べる2つのコースをご用意しました。

「フリーコース」は基本プランの料金がそのまま、いつでも解約金が不要となるコースです。なお、「ずっとドコモ割」は対象外となります。

「ずっとドコモ割コース」は、引き続き2年間のご利用をお約束いただくことで、ご利用年数に応じてパケットパック料金を割引く「ずっとドコモ割」や、更新ごとに「dポイント」を3,000ポイントプレゼントする「更新ありがとうポイント*2」が適用されるコースです。「更新ありがとうポイント」は、ドコモの「dマーケット」や機種変更で利用できるほか、dポイント加盟店などで商品を購入する際など、幅広くご利用いただけます。なお、「ずっとドコモ割コース」でも、従来どおり更新期間*3は解約金不要となります。

「ずっとドコモ割」は適用時期を1年早期化して4年以上に変更し、さらに割引適用範囲の拡大、割引額を最大2,000円から2,500円に増額など、ドコモを継続してご利用いただくお客さまがよりおトクになるよう充実を図りました。

*2 2年定期契約の更新期間終了後6か月間獲得・利用が可能なdポイント(期間・用途限定)

*3 2年定期契約満了月の翌月および翌々月の2か月間表示金額はすべて税抜です。

ドコモは今後も、お客さまのライフステージに合わせて、あんしんして長く使い続けていただける料金プランのさらなる充実をめざしてまいります。

2年たてば料金は2,700円のまま 2つのコースから選べる



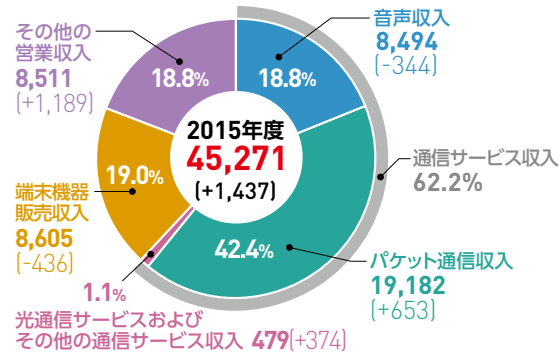
適用時期の 早期化	割引額の増額			
	4年以上	8年以上	10年以上	15年以上
シェアパック30	▲1,000	▲1,200	▲1,800	▲2,500
シェアパック20	▲800	▲1,000	▲1,200	▲1,800
シェアパック15	▲600	▲800	▲1,000	▲1,200
シェアパック10	▲400	▲600	▲800	▲1,000
シェアパック5	▲100	▲200	▲600	▲800
データLパック	▲200	▲400	▲600	▲800
データMパック	▲100	▲200	▲600	▲800
データSパック	—	—	—	▲600

適用範囲の
拡大

単位:円/月

営業収益の内訳 (単位:億円)

[]内は前年同期比



POINT

新料金プランの上位プランへの移行が進んだことやタブレット端末などの2台目需要の拡大などによる通信事業の回復、スマートライフ領域の順調な成長などにより、増収。

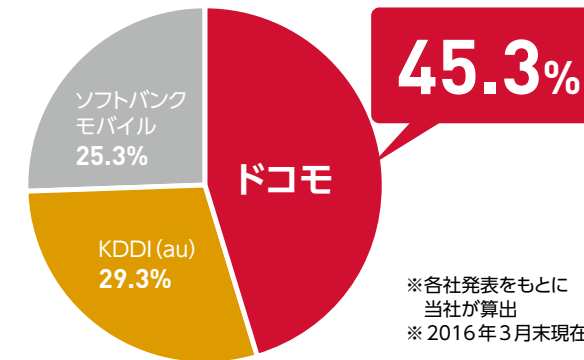
セグメント別収益・利益 (単位:億円)

		2014年度 (1)	2015年度 (2)	増減 (2)-(1)
通信事業	営業収益	36,546	36,898	+352
	営業利益	6,361	7,089	+728
スマートライフ領域	営業収益	4,433	5,041	+608
	営業利益	-24	465	+488
その他の事業	営業収益	3,135	3,593	+458
	営業利益	54	277	+223

POINT

通信事業は新料金プランの拡大、ドコモ光の普及などによりARPUが改善、コスト効率化も奏功し増益。また、dマーケットをはじめとしたスマートライフ領域は順調に成長し増益。

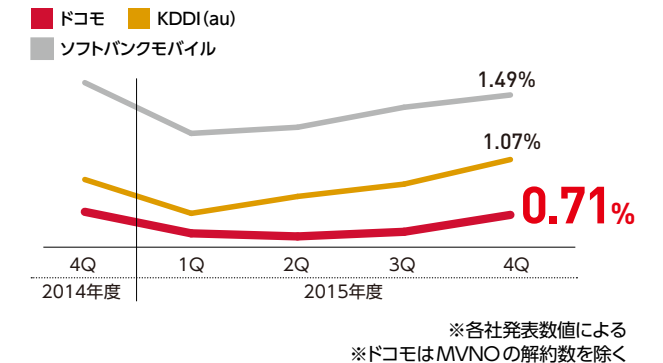
マーケットシェア



POINT

タブレットを中心とした2台目需要などが新規獲得につながり前年同期比1.5ポイント改善。

解約率

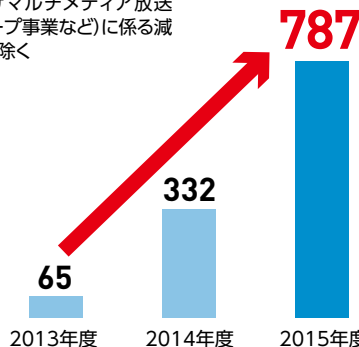


POINT

ドコモ光や新料金プランの効果などにより、前年同期の0.73%から改善。

スマートライフ領域利益 営業利益 (単位:億円)

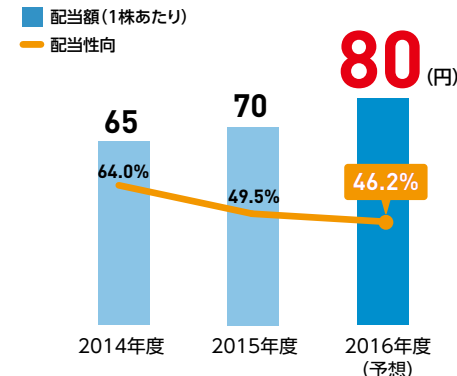
※携帯端末向けマルチメディア放送 (mmbiグループ事業など)に係る減損影響損失を除く



POINT

dマーケットなどを通じたコンテンツサービス収入の拡大や金融・決済サービスの取扱高の拡大、ケータイ補償サービスの契約数が増加したことなどにより、増益。

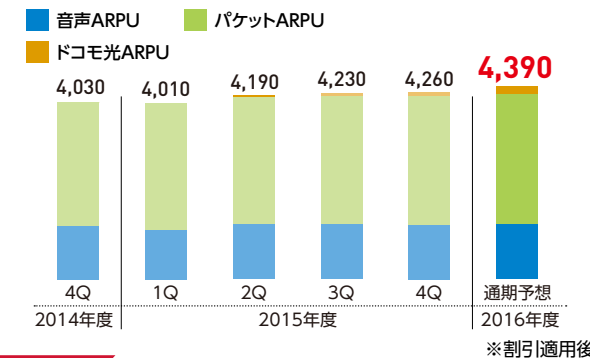
配当額と配当性向 (単位:円)



POINT

2015年度は1株あたり70円を実施。2016年度はさらに10円増配し、1株あたり80円とする予定。

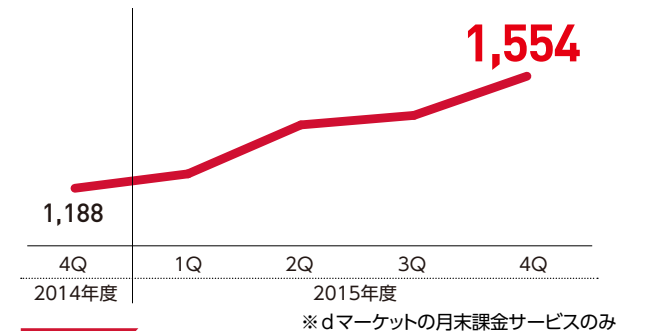
ARPU (1利用者あたり月間平均収入) (単位:円)



POINT

新料金プランへの移行、ドコモ光の拡大、タブレットの普及やトラフィックの増加などにより、総合ARPUは回復傾向が継続。

dマーケット契約数 (単位:万契約)



POINT

サービスの充実やコンテンツ拡充が契約数の増加につながり、前年同期比366万契約増加。



プラスディー

「+d」で広がる 価値協創 +d

ドコモが中期的な取組みとして
多様な事業領域でパートナー企業とともに進める「+d」。
スタートから約1年が経過し、
その具体的な成果が少しずつ見えてきました。
全国に着実に広がる「+d」の輪——
その進捗状況をご紹介します。

+d

未来に向けたドコモの「+d」とは？

ドコモは2015年4月に発表した「中期目標に向けた新たな取組み」において従来の顧客獲得競争から脱却し、多様なパートナーとの「協創」による成長をめざすことを宣言しました。

ドコモはこれまでもモバイル通信企業→総合サービス企業→付加価値創造企業……と、市場環境の変化に対応してビジネスモデルの変革を進めてきました。そしていまも過去の事業の枠組みにとらわれることなく、協創により成長する「付加価値協創企業」への転換を図り、パートナーとの取組みを加速させています。

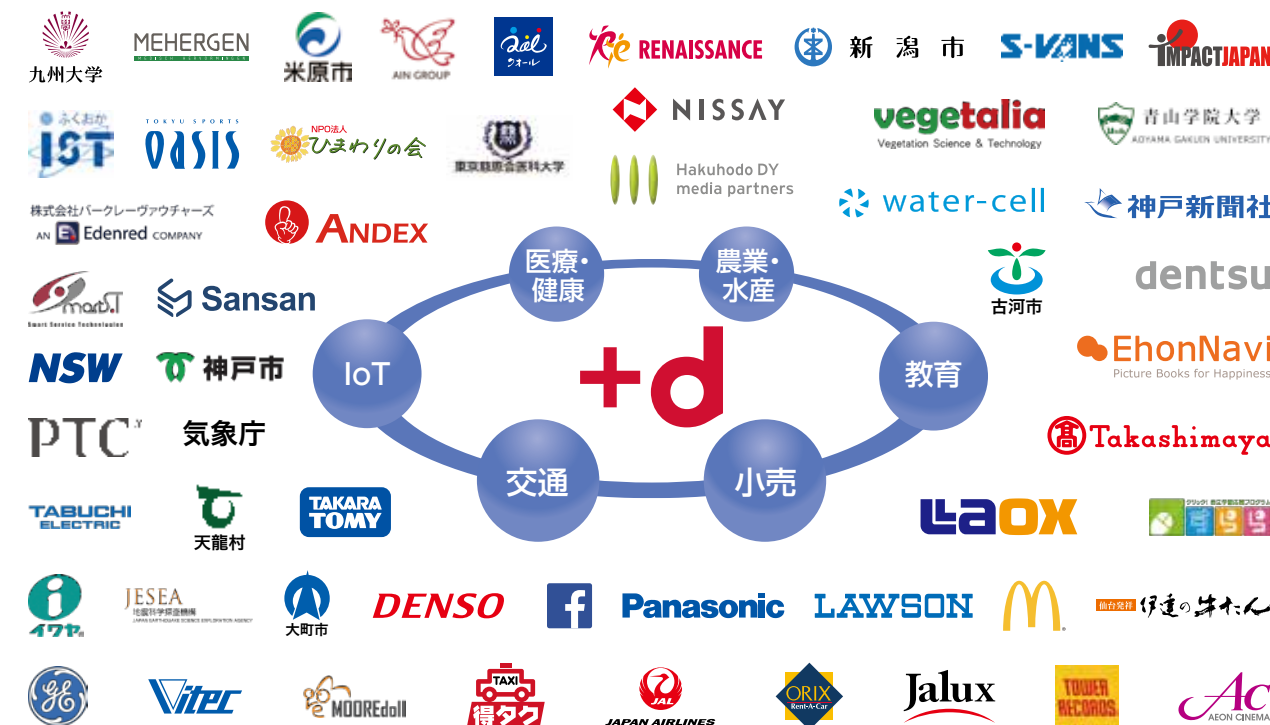
「協創」は、外部のパートナーが保有する強みと、ドコモが持つ約5,800万人の顧客基盤、信頼性の高いICT(情報通信技術)などの強みを組み合わせることにより、ドコモ単独ではできなかった事業の拡大、新サービスの創出をめざすもの。こうした取組みを、ドコモの頭文字をとって「+d」(プラスディー)と呼んでいます。ドコモは、スマートライフ領域で今年度に1,200億円の営業利益創出を目標に掲げていますが、「+d」は、そのための重要なドライバーのひとつとなっています。

+d

パートナー企業は順調に拡大

「+d」はドコモの成長とともに、スマートライフの実現、社会的課題の解決、さらには地方創生につながる取組みです。公共・民間を問わず多くの組織体から賛同の声をいただき、パートナーとの連携は「農業」「教育」「IoT」「小売」などの幅広い分野で2016年4月21日現在53件に達しました。イノベーションをめざす動きが日本各地ではじまっています。

小売の分野では、ローソンやマクドナルドをはじめとするパートナーとともに「もっとお得、もっと楽しい、もっと便利に」をお客さまに提供する新しいポイントサービス「dポイント」がスタートしました。街にあるおなじみの店舗でポイントがたまったり、支払いに利用できるなどのわかりやすい価値が評価され、dポイントクラブ会員数は2016年3月末現在約5,800万人と大きく拡大しました。今後もdポイントの魅力を高めるため幅広くパートナーを募り、サービスの拡大を図ります。





水産業の強化が地域の活性化につながる

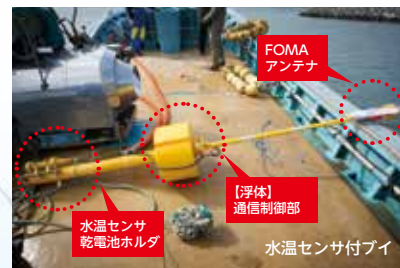
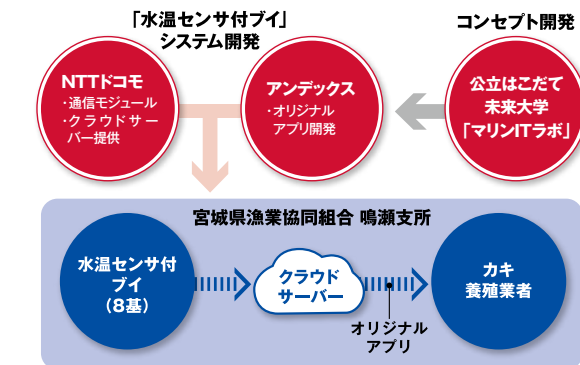
ICTの活用により農業・水産の分野で課題解決をめざす取り組みも、各地で実行に移されています。東日本大震災で被害を受けた宮城県東松島市の牡蠣・海苔の養殖漁場では、地元ベンチャー企業とドコモの協創により水産業支援をめざす実証実験がスタートしました。

今回の実験は、養殖漁場に通信機能やセンサーを搭載したブイを設置し、生産者がスマートフォンやタブレットの専用アプリで簡単に水温管理できるようにしようというものです。牡蠣や海苔の養殖では、これまで水温の変化が生産量に大きな影響をおよぼしてきました。ICTによる水温管理で採苗、育成、収穫の適切な時期がわかるようになり、品質や生産性が向上すると期待されています。

今後この取り組みが事業化できれば、地場産業の育成、地域の雇用創出につながっていきます。さらにその先を見据え、パートナーとドコモは水温以外のセンサーの追加、気象情報との連携などによる牡蠣・海

苔以外の養殖での利用を検討しています。東北でまかれた種が、日本全国の水産業を支援する大きなサービスに成長する日は、すぐそこまで来ています。

プロジェクト全体



ICTで地域の安全・安心を実現

自治体との連携により、地域の課題解決を図る取り組みも進んでいます。神戸市と締結した「ICTおよびデータ活用に関する事業連携協定」では、ICT技術の活用による先進的な行政サービスの提供、市が保有するデータ活用の推進、地域人材のICTスキルの向上をめざしています。

連携の第1弾として、2016年度上期中に地域見守りサービスの実証実験を開始します。子どもたちに小型の無線通信装置を配布し、保護者のスマートフォン、小学校や駅などに設置する受信機で位置情報を確認するもので、高齢者の見守りや障がい者が通しやすい道をまとめたルートマップ、歩行者を検知して自動車の運転手に警告するサービスなどへの応用も検討する予定です。このほか連携協定にもとづく取り組みとして、データ分析の方法を学ぶ職員向け研修や地域人材の育成に向けた勉強会なども行います。



「+d」で日本各地にイノベーションを

ドコモはこれからも引き続き、パートナーとの協創でお客さまに新たな価値の提供を促進します。技術力、顧客基盤、サービス基盤などドコモが持つ強力なアセットを駆使し、IoT (Internet of Things:モノのインターネット)やAI (Artificial Intelligence:人工知能)といった最先端の分野にも積極的に貢献していきます。そして、2020年には至るところでドコモの技術が活用されている、そんな世界を実現していきたいと考えています。

DOCOMO HEADLINE ドコモヘッドライン

2016夏モデルを発表
2016.05.11

2016夏モデルの特徴についてご紹介します。

①「VoLTE (HD+)」によりさらに高音質に

国内初となる通話サービス「VoLTE (HD+)」に対応し、これまでよりさらに高音質で肉声に近いクリアな通話を実現します。(スマートフォン3機種)

②「スグ電」に対応

「応答」「発信」「切断」「消音・拒否」をタップレス(タッチ操作なし)でご利用いただける「スグ電」に対応し、これまでよりも少ない手順で電話の利用が可能となります。(スマートフォン4機種)

電話を「かける」



スマホを振って耳にあてるだけで応答

電話を「切る」



終話後、画面を下向きに置くだけで切断



③「おすすめ使い方ヒント」に対応

一人ひとりの使い方や状況に応じて快適にお使いいただくためのヒントを自動的に表示する「おすすめ使い方ヒント」に対応します。これにより、スマートフォンやタブレットを自然に使いこなすことができるようになります。(スマートフォン5機種、タブレット1機種)



④「PREMIUM 4G」受信時最大375Mbpsに対応

受信時最大375Mbpsの高速データ通信に対応し、動画などの大容量コンテンツを短時間でダウンロードできるスマートフォン、受信時最大370Mbpsに対応するルーター*をご用意しました。(スマートフォン2機種、ルーター1機種)

☑ 製品について

(ドコモHP)TOPページ ⇒ 製品 ⇒ 「NEW docomo collection」



2016年ドコモ夏モデル

商品写真および画面はイメージです。



* ルーター (モバイルWi-Fiルーター): 携帯電話の通信網と無線LANを中継する小型軽量の通信機器。Wi-Fi機能があるノートパソコンなどを、携帯電話のエリア内でインターネットに接続することができる。

直近の事業活動やトピックなど、ドコモの最新情報をいち早くお届けします。

「dヘルスケアパック」の提供開始
2016.04.19

ドコモとドコモ・ヘルスケアが提供している「からだの時計WM®」「カラダのキモチ®」「Runtastic for docomo」に、新開発の「歩いてオトク™」を加えた、健康に関する4つのサービスをセットにした「dヘルスケアパック」の提供がはじまりました。食事管理や睡眠、運動など、健康づくりの幅広いサポートサービスが、月額500円(税抜)でご利用いただけます。新登場の「歩いてオトク」は、スマホを持って歩くことで「dポイント」をためられ、健康習慣を楽しく続けられるサービス。これからもドコモグループは、同サービスの提供と機能拡充を通じて、お客さまの健康維持・増進をサポートしていきます。



☑ 「dヘルスケアパック」について

<https://www.nttdocomo.co.jp/service/dmarket/healthcare/index.html>



「新・ダイバーシティ経営企業100選」を受賞
2016.03.16

ドコモは、経済産業省が主催する平成27年度「新・ダイバーシティ経営企業100選」を受賞しました。同賞は、ダイバーシティ経営によって、多様な人材を活かし、企業価値向上を果たした企業を表彰するものです。ドコモは2006年に「ダイバーシティ推進室」を発足し、ダイバーシティを「共有する価値」とする企業文化・組織風土づくりに取り組んできました。

今回、「女性活躍推進」「マネジメントの役割強化と男性の意識改革」「柔軟な働き方とキャリアの中長期的な継続支援」といった、ダイバーシティのさまざまな取り組みが評価され受賞に至りました。これからもドコモは、ダイバーシティ経営を通じて、多様な社員の活躍により企業の持続的成長につなげていきます。



docomo FRONT LINE



価値を提案できる お店づくりをめざして

～ドコモショップスタッフ研修制度の改革～
【販売部代理店営業室 研修企画担当】



スキル資格制度を刷新

近年の通信事業市場における価格競争の激化に対し、ドコモは、長期のご利用者さまを大切にする、ご利用いただきやすい料金体系をつくる、生活を快適にする新しいサービスを提案する、といった、お客さまに対する“価値提案”で勝負するという方向に競争ステージの転換を図ってきました。お客さま対応の最前線である、ドコモショップでのお客さま対応においても、その方針を具現化すべく、2015年10月、ドコモショップのスキル資格制度を刷新しました。

価値提案を磨く研修内容

①セールスマインドの強化

お客さまへの「おもてなしの心」に加え、「提案力」の強化を図ります。価値を提案することで、お客さまにさまざまなメリットが生まれることを意識したセールスマインドを根本から強化しています。

②知識ではなく、スキルを身に付ける

座学中心だった研修プログラムを、ロールプレイングやワークなど、実践につながる内容に変更しました。

③ヒアリングにもとづく提案力

効果的なヒアリングでニーズの喚起を行い、お客さま一人ひとりの利用シーンに合った提案力を身につけます。

④スタッフの定着化

新人スタッフの早期育成を支援するために、育成プログラムの強化とともに、新人を指導する先輩スタッフの育成などを行っています。

より長く、信頼関係を築くために

新制度では、スタッフの資格体系も刷新。「フロントスペシャリスト」は、一言でいえば「店舗マネジメントのエキスパート」。日々の接客に加え、スタッフの育成や施策の定着などを通じて、店舗全体の課題を主体的に解決します。「グランマイスター」は、お客さまのニーズを喚起し提案できる高いスキルをもち、勉強会

などでスタッフを指導する対応のエキスパートです。新設した「テクニカルアドバイザー」は、幅広い技術知識を保有。故障に関する多種多様なお問い合わせを、瞬時に判断し的確に分析。しっかりとその内容を説明するスキルも学んでいます。

これらの資格を持ったスタッフが中心となり、効率的なオペレーションを実践。お客さまのご要望にたいねいに、迅速に伝えていくと同時に、新たな価値を提案します。

ドコモショップは、お客さまとドコモがつながる大切な窓口。これからもドコモは、お客さまのライフスタイルに合わせた価値提案にこだわります。ドコモの商品やサービスによってお客さまの生活がもっと豊かで快適になり、より長くおつきあいがいただけることをめざしていきます。

フロントスペシャリストが語る 「価値提案」

お客さまとの信頼関係を築き、知識や経験を活かした価値の提案を実践しています。スタッフが主体的に楽しく仕事ができる環境づくりをしています。お客さまから愛され、常に選んでいただけるお店をめざして頑張ります！

ドコモショップ戸田公園店
フロントスペシャリスト
吉原 千明さん



66号(冊子版) アンケート結果をお知らせします

約15,000名の株主さまからご回答をいただき厚く御礼申し上げます。いただいたご意見を反映し、今号はメリハリのある表記、見やすい文字サイズへの変更などさらに読みやすい冊子に改善いたしました。

今後も決算情報や経営方針・戦略など、株主のみなさまの関心が高い項目をよりわかりやすくお伝えできるよう努めてまいります。

また、「ドコモ通信」以外にも商品・サービスや株主還元に関するご意見・ご提案、励ましの声などを多数頂戴したことも併せて感謝申し上げます。

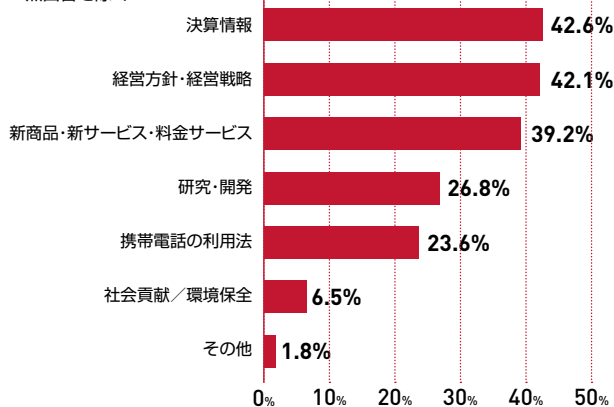
〈アンケートについて〉

※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取扱い、IR活動や経営の参考とする目的以外に使用することはありません。

※当アンケート結果はいただいたご回答から無作為に2,000件をサンプルとして抽出し、集計したものです。

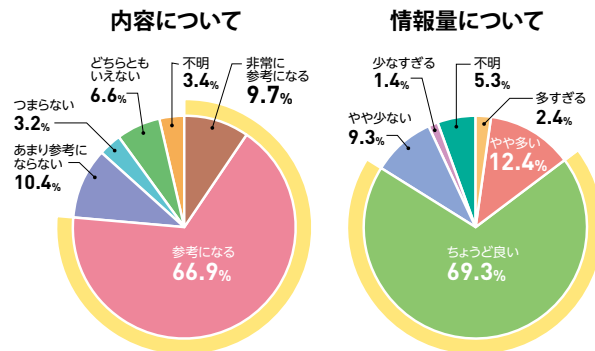
今後「ドコモ通信」からドコモのどのような情報を得たいとお考えですか

※無回答を除く



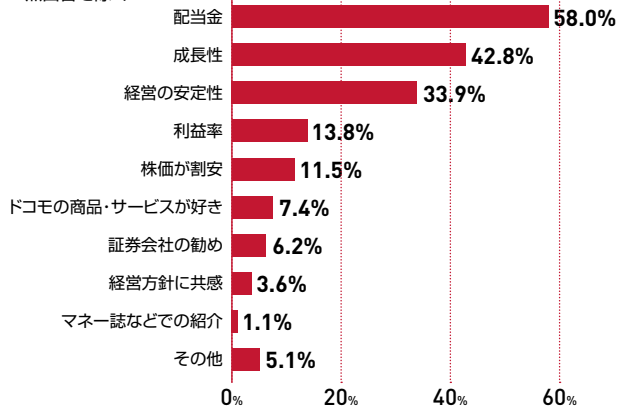
「ドコモ通信」をご覧になった感想をお教えてください

※無回答を除く



ドコモの株式を購入された理由をお教えてください

※無回答を除く



その他のアンケート結果については、WEB版ドコモ通信をご覧ください。

株式に関する「マイナンバー制度」のご案内

市区町村から通知されたマイナンバーは、株式の税務関係の手続きで必要となります。
このため、株主さまから、お取引のある証券会社などへマイナンバー*をお届けいただく
必要がございます。

*マイナンバー制度とは、国民一人ひとりにマイナンバーを配布し、その番号によって複数の行政機関に存在する個人の情報を正確に連携させるための新しい社会基盤です。

◆株式業務におけるマイナンバーの利用

法令に定められたとおり、支払調書には株主さまのマイナンバーを記載し、税務署へ提出いたします。

- 主な支払調書**
- 配当に関する支払調書
 - 単元未満株式の買取請求などの株式の譲渡取引に関する支払調書

株式および「マイナンバー制度」に関するお問い合わせ先のご案内

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**

オペレーター対応 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

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

- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きおよび「マイナンバー制度」に関するお問い合わせにつきましては、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。
- 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、お取引の証券会社などまでお問い合わせください。

ドコモ IR メールニュースのご登録を! (購読無料)

主な報道発表資料、IR イベント情報、株主・投資家サイト更新情報などのご案内をお届けします。

● パソコン・タブレット・スマートフォンから

<https://www.nttdocomo.co.jp/corporate/ir/mailnews/index.html>

(IRメールニュース配信の登録・停止ページ)



● ドコモ ケータイ(iモード)から

<http://i.nttdocomo.co.jp/ir/mail/index.html>

(IRメールニュース配信の登録・停止ページ)



※内容につきましては、万全を期してはありますが、掲載された情報の誤り、データのダウンロードなどによって生じた障害などに関しまして当社は一切責任を負うものではありません。また、当社は予告なしにドコモIRメールニュースの運営を中断または中止することがあります。

※ご登録いただいた内容は、ドコモIRメールニュース配信以外の目的では使用いたしません。また、無断で第三者に情報を提供することはございません。

ご存知ですか? 「災害用伝言板」「災害用音声お届けサービス」

震度6弱以上の地震などの災害が発生したときに、家族や友人などと安否の確認ができる「災害用伝言板」・「災害用音声お届けサービス」。ぜひ普段から、利用方法などをチェックしておきましょう。

※災害時のみ運用されるサービスです。詳しくは「災害時の安否確認と備え」▶ <https://www.nttdocomo.co.jp/info/disaster/>

「災害用伝言板」

災害が発生したときに、ご自身の安否情報を登録したり、家族や友人などが登録した安否情報を確認したりすることができます。

「災害用音声お届けサービス」

災害時に音声通話がつながりにくいときでも、ご自身の安否情報を音声メッセージで登録し、携帯電話番号で指定したお客さま宛に送ることができます。

ご利用方法

[ドコモケータイ(iモード)から]



災害用伝言板



災害用音声お届けサービス

- 災害用伝言板
iMenu⇒「災害用安否確認」
- 災害用音声お届けサービス
メニュー⇒電話機能

※ドコモケータイ(spモード)の場合:MENU(ボタン)⇒あんしん

[スマートフォン・タブレットから]



災害用キット



■災害用キット

- ⇒「災害用伝言板」
- ⇒「災害用音声お届けサービス」

※災害用伝言板はdメニューからもアクセスできます。

毎月1日と15日には両サービスが体験できます!

正月三が日、防災週間(8月30日~9月5日)、
防災とボランティア週間(1月15日~21日)にも体験できます。

会社情報 (2015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2丁目11番1号 山王パークタワー 電話(03) 5156-1111(代表) ホームページ https://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/各種ご注文受付 (ドコモ インフォメーションセンター)

受付時間 午前9:00~午後8:00(年中無休)
※番号をお確かめの上、おかけください。

●ドコモの携帯電話から

(局番なし) **151** (無料) ※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

☎ **0120-800-000**

※一部のIP電話からは接続できない場合があります。