

価値創造セクション



事業領域／ 事業セグメント	通信事業	
営業収益 ()内は連結業績における構成比	36,898 億円 (約82%)	
営業利益 ()内は連結業績における構成比	7,089 億円 (約91%)	
主なサービス	モバイル通信サービス <ul style="list-style-type: none"> ● LTE(Xi)サービス ● FOMAサービス ● 国際サービス ● 端末機器販売 など 	光通信サービス及び その他の通信サービス <ul style="list-style-type: none"> ● 光通信サービス ● 衛星電話サービス など
主な オペレーション指標	営業収益・営業利益率 携帯電話契約数 純増数・解約率	携帯電話販売数 ARPU/MOU LTE基地局数

P37



♡ スマートライフ領域

スマートライフ事業

5,041 億円 (約11%)

465 億円 (約6%)

コンテンツサービス

- dマーケット
- あんしんネットセキュリティ
- スゴ得コンテンツ
- クラウド容量オプション など

金融・決済サービス

- クレジットサービス
- 料金収納代行
- ドコモ ケータイ払い など

グループ会社

- (株)オークローンマーケティング
- (株)ABC Cooking Studio
- ドコモ・ヘルスケア(株) など

その他の事業

3,593 億円 (約8%)

277 億円 (約4%)

法人ソリューション

- 法人M2M
- システム開発・販売・保守受託 など

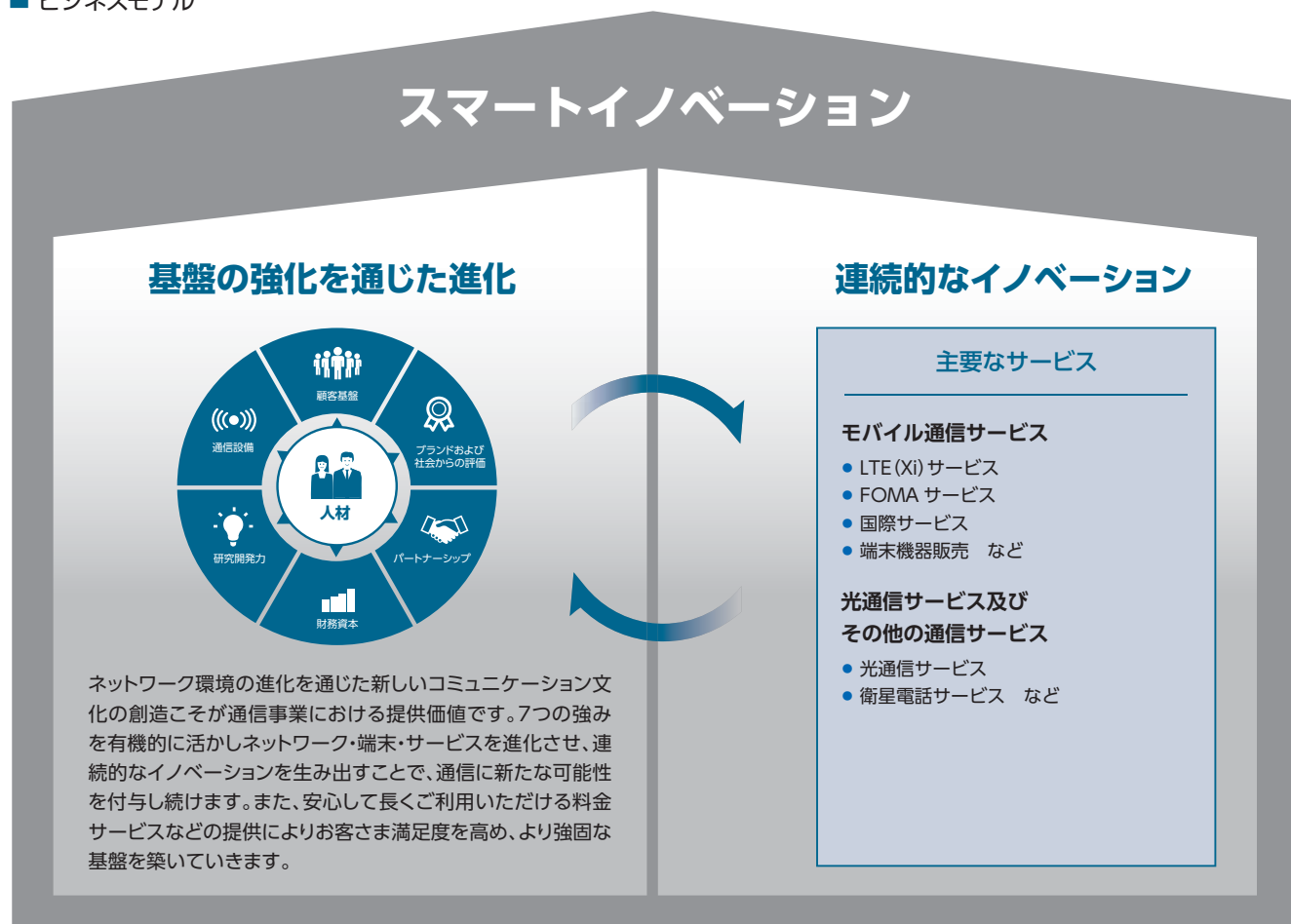
あんしん系サポート

- ケータイ補償サービス
- あんしん遠隔サポート など

営業収益・営業利益率
dマーケット契約数
dマーケット1人当たり利用料
dカード会員数

P40

■ ビジネスモデル



■ 提供価値

国内最大規模の通信ネットワークを活かし、コミュニケーション文化の世界を創造

NTTドコモは、「新しいコミュニケーション文化の世界を創造する」という企業理念に基づき、FOMA、LTE (Xi) サービスをはじめとするモバイル通信サービスや光通信サービスなどで構成される通信事業を核に、お客さまの生活やビジネスに役に立つサービスの提供を通じて活力ある豊かな社会の実現に貢献します。なかでも、お客さまが「広さ」「速さ」「快適さ」を体感できる国内最大規模の通信ネットワークを活かし、コミュニケーション文化の世界の創造に貢献しています。

■ お客さまニーズへの対応、満足度の向上により着実な成長を実現

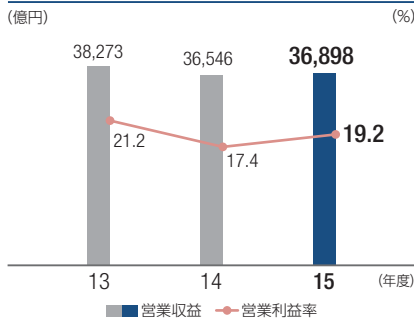
料金プラン「カケホーダイ&パケあえる」の充実

2015年9月より、5分以内の国内音声通話を回数の制限なくご利用いただける「カケホーダイライトプラン」の提供を開始しました。また、2016年3月には、データ通信のご利用が少ないお客さま向けに、5GBのデータ量を家族でシェアして利用できる「シェアパック5」を追加するとともに、「カケホーダイライトプラン」の組み合わせ対象パケットサービスを拡大しました。

これらの料金サービスの充実により、お客さまご自身の音声通話とデータ通信の利用料に合わせて、基本プランとシェアパックの組み合わせをより一層自由に選択できるようになりました。

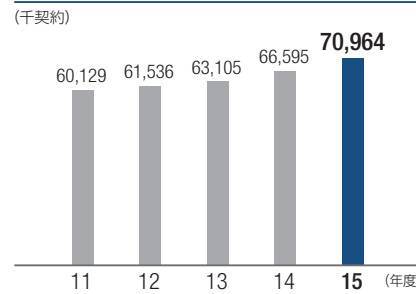
■ 各指標レビュー

営業収益・営業利益率



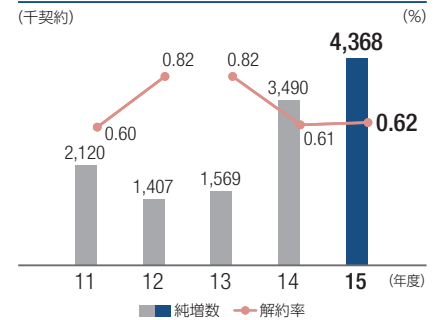
営業収益は、料金サービスの上位プランへの移行やタブレットなどの2台目需要の増加、「ドコモ光」の契約数拡大などによりARPUが回復していることから、前年度比1.0%増の3兆6,898億円。営業利益は、コスト効率化の取組みに伴い、販売関連費用やネットワーク関連費用が減少したことなどにより、前年度比11.4%増の7,089億円。

携帯電話契約数



携帯電話契約数は、前年度末比437万契約純増の7,096万契約。このうち、LTE(Xi)の契約数は3,868万契約。スマートフォン・タブレット利用数は前年度比14.5%増の3,291万契約で、全契約数に占めるスマートフォン・タブレット利用の割合は前年度末の43.2%から46.4%に上昇。

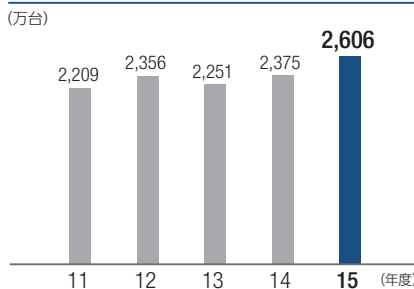
純増数・解約率*



純増数は、MNPの改善に加え、タブレットなどの2台目需要の増加や「ドコモ光」の契約数拡大に伴うモバイルの新規契約の増加により、前年度比88万契約増の437万契約。解約率は、前年度末0.61%に対し0.62%とほぼ横ばい。

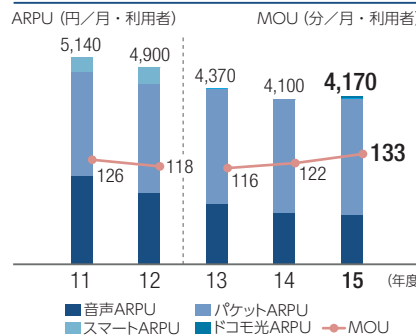
*解約率については2015年度より算定方法を変更し、MVNOの契約数および解約数を除いて算出(それに伴い、2013年度と2014年度の数値も変更)。

携帯電話販売数



携帯電話販売数は、前年度比9.7%増の2,606万台。スマートフォン販売は、前年度比6%増の1,544万台、このうちタブレット販売は同27%増の218万台を達成。

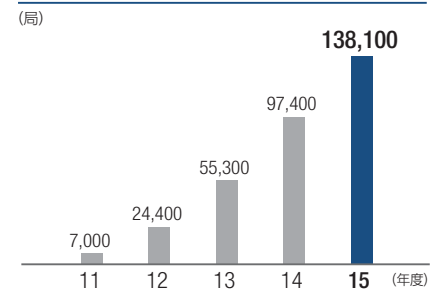
ARPU/MOU*



総合ARPUは、2台目需要の増加や「ドコモ光」の契約数拡大などにより、前年度の4,100円から70円増の4,170円。このうち、音声ARPUは、前年度比5.5%減の1,210円、データARPUは同5.0%増の2,960円。MOUは、同9.0%増の133分。

*2015年度よりARPUおよびMOUの算定方法を変更。それに伴い、2013年度・2014年度のARPUおよびMOU実績数値も変更。 **P38**

LTE基地局数



2015年度末のLTE基地局は、当初計画の130,000局を上回る前年度比42%増の138,100局。このうち、PREMIUM 4G対応基地局は22,800局。

純増数、MNPも継続的に改善

2015年度の純増数は、前年度比で1.3倍に達し、継続的に伸びています。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ったことが純増数の拡大に結び付いたものです。また、「ドコモ光」とのセット料金の提供による新規獲得や、料金プラン「カケホーダイ&パケあえる」による家族単位でのご加入の促進なども改善に結び付きました。MNPによる転出超過も前年度比で約7割減と改善しました。低水準の解約率については、前期からほぼ横ばいで推移しています。

お客さまニーズに対応したラインナップの充実

スマートフォン、フィーチャーフォンの新規販売および契約・機種変更、モジュールやMVNO*¹の合計である携帯電話販売数は、前年度比9.7%増となりました。これは、魅力的な端末ラインナップの充実に努め、2015夏モデルおよび2015-2016冬春モデルなどのAndroidスマートフォンやiPhone 6s*²、iPhone 6s Plus*²、タブレットの販売など、お客さまの多様なニーズに対応してきた成果だと考えています。

*1 Mobile Virtual Network Operatorの略。無線通信インフラを他社から借り受けてサービスを提供している事業者。

*2 iPhoneはApple Inc.の商標です。iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスに基づき使用されています。

回復を継続するARPU/MOU

当年度より、「通信サービス収入の増加に向けた取組み」を測る指標とするため、ARPUを新たに定義しました。タブレットやWi-Fiルーターなどへの需要が高まっており、1利用者による複数契約が拡大していることから、従来の「1契約当たり月間平均収入」から「1利用者当たり月間平均収入」への変更を実施したものです。また、光ブロードバンドサービスの開始により「音声ARPU」と「パケットARPU」に加えて「ドコモ光ARPU」を新設し、スマートライフ領域については、当社通信サービス利用者以外の収益拡大もめざしていることから、ARPUの算定から除外しました。

この新定義における2015年度の総合ARPUは、対前年比70円増の4,170円となりました。このうち、音声ARPUは対前年比70円減少したものの、パケットARPUは90円、「ドコモ光ARPU」は50円増加しています。

なお1利用者当たり月間平均通話時間であるMOUは、前年度比11分(9.0%)拡大しています。

1 ARPU・MOUの定義

a. 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およ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。
なお、ARPUの分子に含まれる収入は米国会計基準により算定しています。

b. MOU (Minutes of Use): 1利用者当たり月間平均通話時間

2 ARPUの算定式

総合ARPU: 音声ARPU+パケットARPU+ドコモ光ARPU
・音声ARPU: 音声ARPU関連収入(基本使用料、通話料)÷稼働利用者数
・パケットARPU: パケットARPU関連収入(月額定額料、通信料)÷稼働利用者数
・ドコモ光ARPU: ドコモ光ARPU関連収入(基本使用料、通話料)÷稼働利用者数
なお、パケットARPUとドコモ光ARPUの合算値をデータARPUと称します。

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

ー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」ならびに仮想移動体通信事業者(MVNO)へ提供する卸電気通信業務および事業者間接続に係る契約数

ーX契約および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」ならびに仮想移動体通信事業者(MVNO)へ提供する卸電気通信業務および事業者間接続に係る収入は、ARPUの算定上、収入に含めていません。

提携ネットワークの拡大、新サービス提供により成長

光ブロードバンドサービス「ドコモ光」は、当年度末には提携インターネットプロバイダ数を開始当初の14社から23社に拡大しました。この結果、お客さまのプロバイダ選択の幅を広げ、フレッツ光からの転用の際に、より多くのお客さまがプロ

バイダをそのままご利用になることが可能となりました。さらに、最大100Mbpsの通信を2段階定額料金でご利用になれるプラン「ドコモ光ミニ」、法人のお客さま向けのサポート付きクラウド型Wi-Fiサービス「ドコモ光ビジネスWi-Fi」など、お客さまのニーズに沿った料金サービスの提供を開始しました。これらの結果、当年度末の累計申込数は180万件を超え、契約数は157万契約となりました。また、2016年6月には申込数が200万件を突破しています。

通信基盤の着実な拡充

当社では、お客さま満足度を決定する重要な要素の一つである通信環境の整備、特にLTEネットワークの充実に継続的に取り組んでいます。PREMIUM 4Gのエリアを2016年3月末で全国976都市に拡大するとともに、キャリアアグリゲーション*1などの新技術を活用した受信時最大300Mbpsの通信サービスを2016年3月末には全国644都市で提供しています。また、2016年6月からは国内最速の受信時最大375Mbpsサービスを一部エリアで提供しています。

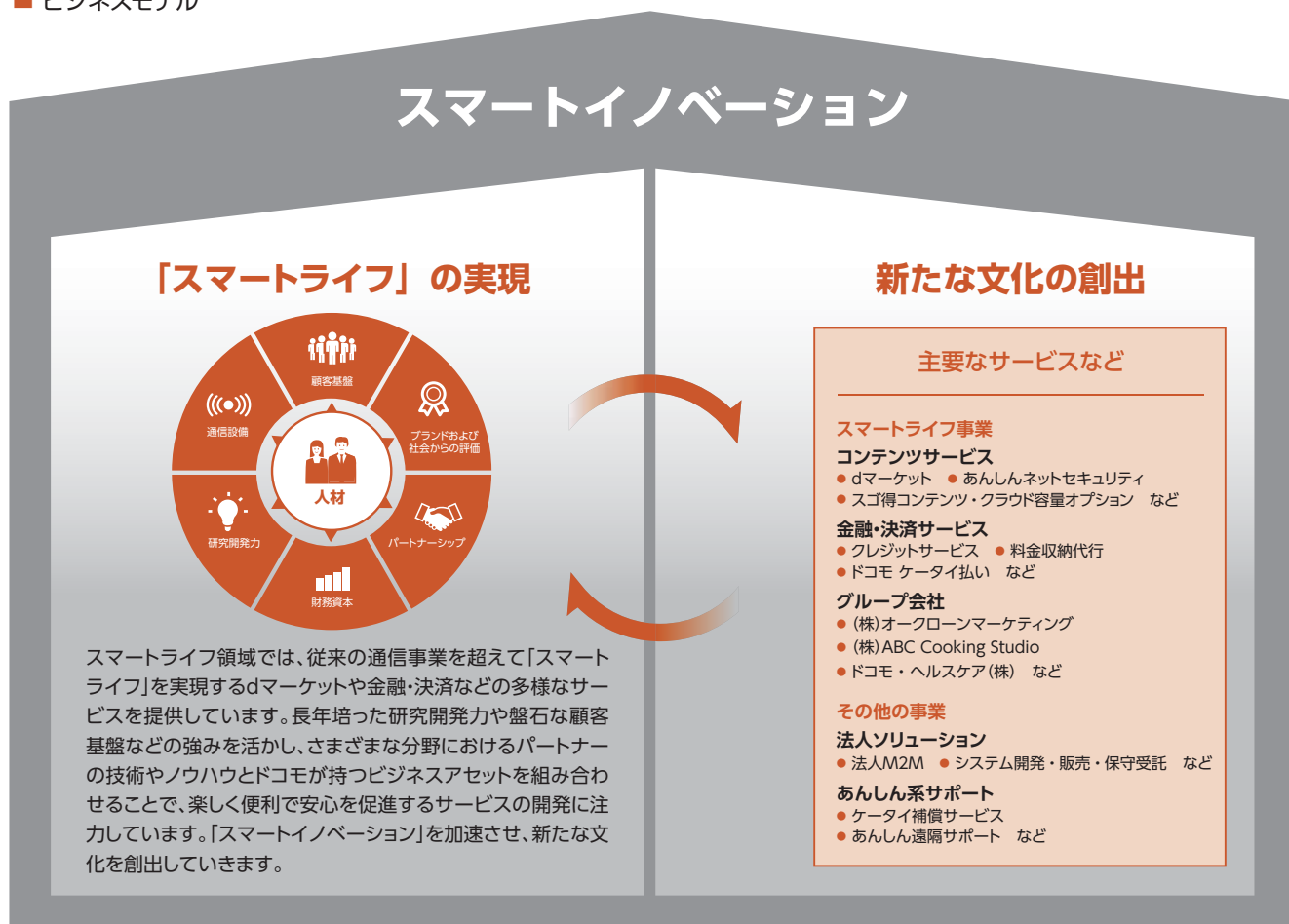
*1 キャリアアグリゲーション: 複数の周波数帯を束ねて通信速度を向上させる技術

さらなるお客さま満足度の向上へ

当社は、一層の競争力強化を図る指標として、お客さま満足度を重視しています。当年度は、(株)J.D.パワー アジア・パシフィックが実施した「2015年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM*2」において、総合満足度第1位の評価を受賞しました。また、(株)日経BPコンサルティングの「携帯電話・スマートフォン“個人利用”実態調査2015で、「通信品質」と「圏外の少なさ」が高く評価され、スマートフォンの満足度1位となりました。その他、ドコモショップにおけるお客さまの待ち時間短縮への改善活動やスタッフ研修制度の抜本的な見直しによる応対力強化に取り組んだほか、コールセンターでの応答率向上、オンラインでのサポートサービスの充実に注力したことが、総合的なお客さま満足度の向上につながったと考えています。

*2 J.D.パワー2015年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM。2015年7月の期間中、日本国内在住の携帯電話利用者計31,200名からの回答を得た2015年調査結果による。
japan.jdpower.com

■ ビジネスモデル



提供価値

今までになかった価値を創造し、豊かな社会の実現に貢献

当社は、「いつか、あたりまえになることを。」をブランドスローガンとして掲げ、「通信事業の発展」および「スマートライフ領域の強化」を事業運営の両輪として推進しています。スマートライフ領域においては、お客さまのニーズにお応えし続けるために、世の中のさまざまなパートナーとのオープンなコラボレーションを進化させ、お客さまに新たな付加価値を提供する「+d」の取組みを進めています。決済基盤や「dポイント」「dカード」などドコモが持つビジネスアセットを連携させて、「お得・便利・楽しい」をお客さまに提供します。

スマートライフ事業

dマーケット

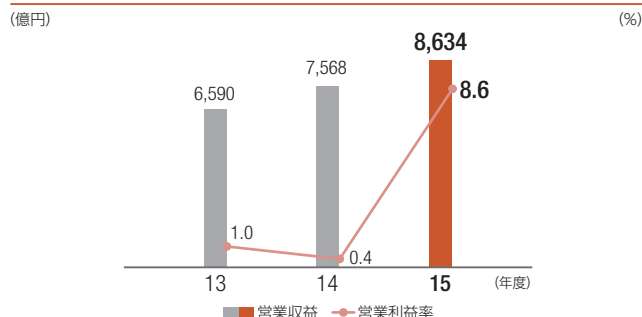
dマーケット拡大による新たな価値提供

「dマーケット」はエンターテインメントからショッピングまで便利で楽しいさまざまなコンテンツや商品を提供するサービスです。当社は、幅広いお客さまにdマーケットのサービスをご利用いただけるよう、新たなサービスの導入やコンテンツの充実を進め、契約数の拡大に努めてきました。

2015年5月より、dマーケットの新たなサービスとして、料理レッスンやレシピ、レストラン情報、全国の飲食店で使えるお得なクーポンを利用できる「dグルメ」の提供を開始しました。また、多彩なジャンルの人気雑誌160誌以上が読み放題となる「dマガジン」はスマートフォンやタブレットに加え、パソ

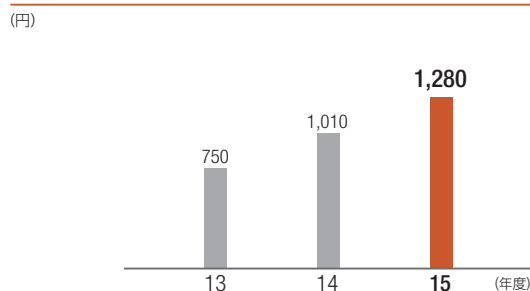
■ 各指標レビュー

営業収益・営業利益率



営業収益は、dマーケットを通じたコンテンツサービス収入の拡大や「dカード」などの金融・決済サービスの取扱高の拡大、グループ会社によるショッピングサービスなどの収入拡大、ケータイ補償サービスの契約数増加やIoTビジネスに関連するサービス収入の拡大などにより、前年度に比べ14.1%増の8,634億円。営業利益は、収益拡大に伴い前年度比712億円増の742億円を計上。

dマーケット1人当たり利用料



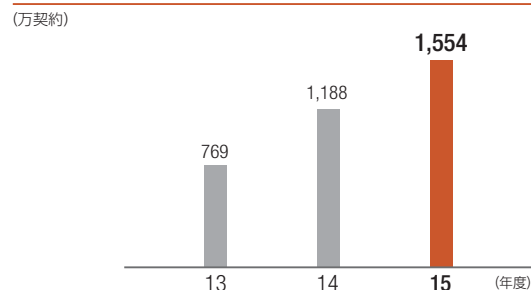
2015年度の1人当たり利用料は、新サービスの導入や各サービスの内容充実により、前年度の1,010円から着実に成長し、270円増の1,280円。

※四半期ごとのdマーケット取扱高合計を、四半期各月のユニークユーザー数を合計した数値で除した数値。金額は税抜

コンでのブラウザ閲覧にも対応しました。作品数・会員数が国内最大級の「dTV」は専用ターミナルを用いてテレビの大画面でも視聴ができるようになりました。このように、コンテンツの充実に加え、サービスの拡充にも取り組みました。

さらに、「dショッピング」「dデリバリー」など、日用品や家電、フード宅配サービス、衣料、旅行などの幅広い生活シーンでご利用になれるサービスとデジタルコンテンツサービスの充実に取り組み、dマーケットの1人当たり利用料を大きく拡大することができました。当社は、今後もコンテンツサービスの強

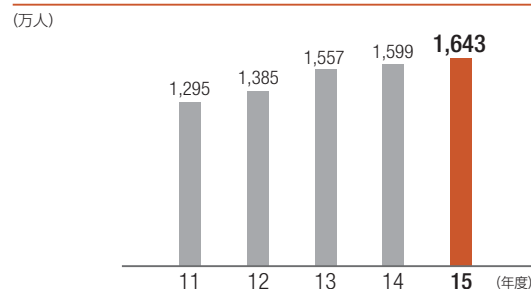
dマーケット契約数



dマーケットの新サービス「dグルメ」の提供や、「dTV」「dアニメストア」「dヒッツ」「dキッズ」「dマガジン」のコンテンツ充実に向けた結果、2016年3月末の契約数は1,554万契約に拡大。

※月額課金サービスのみ

dカード会員数



dカード会員数は、2016年3月末で1,643万会員となり、前年より44万会員増加し、順調に拡大。

※dカード・dカードminiの合算

※2015年12月にDCMXからdカードに名称変更

化に向けて、dマーケットを基盤にさらに充実させ、事業拡大への取組みを加速していきます。

Ⅱ dポイント・dカード

新しくなった「dポイント」「dカード」で、よりお得で便利に

2015年12月に、月々の携帯電話ご利用料金などに応じてたまる「ドコモポイント」を進化させ、街中の店舗でのお買い物やネットショッピングでも、ためたり、つかうことができる新た

なポイントサービス「dポイント」を開始し、専用カード「dポイントカード」を発行しました。また、クレジットサービス「DCMX」を「dカード」にリニューアルし、クレジットカードに電子マネー「iD（アイディ）」や「dポイント」機能を搭載することで、よりお得で便利に「dポイント」をためることができました。

P28

dアカウント

「docomo ID」を改称し、顧客基盤の拡大を図る

ブランド統一に合わせ、2015年12月、従来のdocomo IDを「dアカウント」と改称しました。このアカウントは当社が提供するメールサービスやdマーケットを含め、さまざまなサービスを利用するために本人認証を行うものです。dアカウントを通じて、ドコモの回線契約がないお客さまもサービス利用が可能な「キャリアフリー」を実現するとともに、通信回線を問わず、また、複数のデバイスでサービス利用が可能になる「ネットワークフリー」と「デバイスフリー」、さらに端末のOSを問わない「OSフリー」を実現しました。顧客管理を携帯電話番号からdアカウントに転換することで、キャリアを越えたサービスの提供やポイントの蓄積・利用などを可能にし、お客さまに対してより幅広く多様なサービスを提供することで顧客基盤の拡大をめざす計画です。

その他の事業

法人ソリューション

IoTビジネスに注力し、事業拡大

IoTビジネスでは、利用促進に向け、国内では「LTEユビキタスプラン」の提供開始により、通信モジュールをLTE回線で利用することが可能となりました。また、海外ではブラジルにおいてSIMを差し替えることなくドコモの電話番号からVivoの電話番号に入れ替えることができるeSIM、eSIMを活用したソリューションの提供も開始しています。海外通信事業者とeSIMを活用したソリューションの提供に合意するのは、日本の通信事業者としてははじめてとなります。本ソリューションは、日本メーカーの輸出製品に組み込まれ、稼働状況管理、稼働診断保守、盗難防止などの遠隔情報サービスに活用される予定です。

あんしん系サポート

スマートフォン利用数増に伴うサービスを展開

その他の事業においては、スマートフォン利用数の拡大に伴い、端末の万が一のトラブルを補償する「ケータイ補償サービス」「AppleCare+」、遠隔でオペレーターがスマートフォンの使い方をサポートする「あんしん遠隔サポート」などのあんしん系サポートサービスが収益を拡大しています。また、それにセキュリティサービス「あんしんネットセキュリティ」がセットになった「あんしんパック」は、2015年度末で1,451万契約に達し、「便利さ」に加え、「あんしん」をサービスとしてお届けしています。

「dヘルスケアパック」を提供開始

お客さまの健康をトータルにサポートするサービスを2016年4月から提供。食・睡眠・運動のタイミングで理想のからだづくりをサポートする「からだの時計 WM®」、女性ならではの体調管理ができる「カラダのキモチ®」、本格的なトレーニングができる「Runtastic for docomo」に、新たに開発した、スマートフォンを持って歩くことでdポイントをためることができる「歩いておトク™」を加えた4つのサービス、14種類のアプリケーション（2016年7月現在）で、日々のウォーキングからトレーニングまで目的に合わせた健康に関する取組みを幅広くサポートします。



dヘルスケアパック

コラム

新たな付加価値を協創する「+d」の取組み

当社はさまざまなパートナーとともに「+d」の取組みを開始しました。2015年度における主な取組みは以下のとおりです。

分類	提携先	目的
IoT など	Sansan 株式会社	法人向け名刺管理サービスの提供
	GE エナジー・ジャパン株式会社	GE 社産業向けルーター日本展開に関する協業
	株式会社タカラトミー	コミュニケーショントイ「OHANAS」共同開発
	長野県大町市・長野県天龍村	高齢者向けサービス「おらのタブレット」の提供
	日本システムウエア株式会社	法人向け IoT クラウドサービスの提供
医療・健康	滋賀県米原市・株式会社ルネサンス	「子どもの健康増進プログラム」の提供
	株式会社東急スポーツオアシス	新健康サポートサービス「OASIS LINK」発売
	株式会社ルネサンス	ウェアラブル端末を活用した健康管理サービスの提供
教育	茨城県古河市	LTE 対応学習用タブレットによる教育 ICT推進
交通	日本航空株式会社	ポイントを活用した相互送客
	パナソニック株式会社	バイクシェア事業普及促進のための実証実験
小売	株式会社高島屋	ポイントを活用した相互送客
	日本マクドナルド株式会社	ポイントを活用した相互送客
	ラオックス株式会社	訪日外国人向け新サービスの提供
	株式会社ローソン	ポイントを活用した相互送客
ソーシャル	Facebook, Inc.	dマーケットとの機能連携
農業・水産	新潟市・ベジタリア株式会社・ウォーターセル株式会社	革新的な稲作営農管理システムの実証実験
保険	日本生命保険相互会社	生命保険の募集に関する販売支援業務

「MM総研大賞2016」

2016年6月15日に発表された「MM総研大賞2016」において、最もICT産業の発展に寄与した製品・サービスを表彰する「大賞」に、ドコモの「+d」が選出されました。さまざまな分野におけるパートナーとのコラボレーションを通じて、通信ネットワーク、顧客基盤、安全な決済システム、送客の仕組みなどのビジネスアセットを活用して新たなサービスやビジネスの創出、産業の活性化や地方創生など、さまざまな社会的課題の解決に取り組んでいる点が高く評価されました。

