



株式会社NTTドコモ

IRプレゼンテーション

2009年9月

事業等のリスク

本資料に記載されている、将来に関する記述を含む歴史的事実以外のすべての記述は、当社グループが現在入手している情報に基づく、現時点における予測、期待、想定、計画、認識、評価等を基礎として記載されているに過ぎません。また、予想数値を算定するためには、過去に確定し正確に認識された事実以外に、予想を行うために不可欠となる一定の前提(仮定)を用いております。

これらの記述ないし事実または前提(仮定)は、客観的には不正確であったり将来実現しない可能性があります。その原因となる潜在的リスクや不確定要因としては以下の事項があり、これらはいずれも当社グループの事業、業績または財政状態に悪影響を及ぼす可能性があります。また、潜在的リスクや不確定要因はこれらに限られるものではありませんのでご留意下さい。

1. 携帯電話の番号ポータビリティ、新規事業者の参入など、通信業界における他の事業者及び他の技術等との競争の激化をはじめとする市場環境の変化に関連して、当社グループが獲得・維持できる契約数が抑制されたり、ARPUの水準が減速し続けたり、コストが増大する可能性があること
2. 当社グループが提供している、あるいは新たに導入・提案するサービス・利用形態・販売方式が十分に展開できない場合、当社グループの財務に影響を与えたり成長が制約される可能性があること
3. 種々の法令・規制・制度の導入や変更または当社グループへの適用により、当社グループの事業運営に制約が課されるなど悪影響が発生し得ること
4. 当社グループが使用可能な周波数及び設備に対する制約に関連して、サービスの質の維持・増進や、顧客満足の継続的獲得・維持に悪影響が発生し得ること
5. 第三世代移動通信システムに使用している当社のW-CDMA技術やモバイルマルチメディアサービスの海外事業者への導入を促進し、当社グループの国際サービス提供能力を構築し発展させることができる保証がないこと
6. 当社グループの国内外の投資、提携及び協力関係や、新たな事業分野への出資等が適正な収益や機会をもたらす保証がないこと
7. 当社グループの携帯電話端末に決済機能を含む様々な機能が搭載され、当社グループ外の多数の事業者のサービスが携帯電話端末上で提供されるなかで、端末の故障・欠陥・紛失等や他の事業者のサービスの不完全性等に起因して問題が発生し得ること
8. 当社グループの提供する製品・サービスの不適切な使用により、当社グループの信頼性・企業イメージに悪影響を与える社会的問題が発生し得ること
9. 当社グループまたは業務委託先等における個人情報を含む業務上の機密情報の不適切な取り扱い等により、当社グループの信頼性・企業イメージの低下等が発生し得ること
10. 当社グループが事業遂行上必要とする知的財産権等の権利につき当該権利の保有者よりライセンス等を受けられず、その結果、特定の技術、商品またはサービスの提供ができなくなる可能性があること、また、当社グループが他者の知的財産権等の権利の侵害を理由に損害賠償責任等を負う可能性があること
11. 地震、電力不足、機器の不具合等や、ソフトウェアのバグ、ウィルス、ハッキング、不正なアクセス、サイバーアタック等の人為的な要因に起因して、当社グループのサービス提供に必要なネットワーク等のシステム障害や当社グループの信頼性・企業イメージの低下等が発生し得ること
12. 無線通信による健康への悪影響に対する懸念が広まることあり得ること
13. 当社の親会社である日本電信電話株式会社が、当社の他の株主の利益に反する影響力を行使すること



市場環境の変化に応じた ドコモの変革

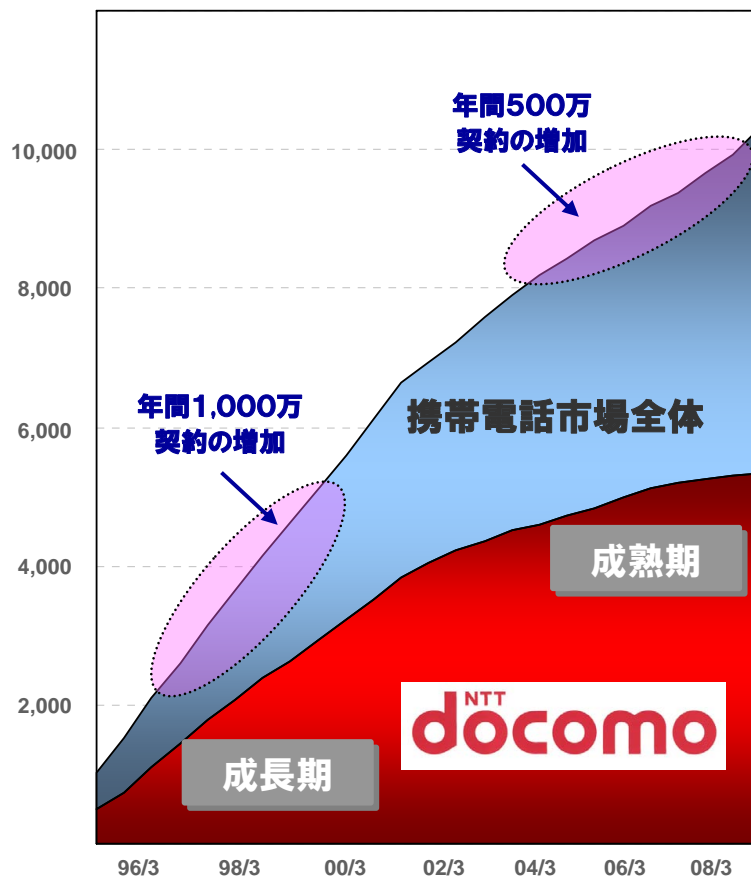
ドコモの変革

ドコモは2008年4月18日に発表した「新ドコモ宣言」に基づき、ドコモ全体で結束し、サービス・端末・ネットワーク等全てにおいて、現場原点主義を徹底し、お客様の満足度の向上につながるような施策の実行に取組み変革を推進する。お客様一人ひとりのご期待に沿うベストなサービスと安心・安全を提供することによって、お客様との絆を深めていく。

成熟期への移行に応じた方針転換

■ 市場環境の変化

(単位：万契約)



■ ユーザーニーズを重視する企業への転換

市場成長期

- ▶ 新規獲得重視
- ▶ キャリア主導 (Push型)
- ▶ 技術・機能主導



市場成熟期

- ▶ 既存顧客重視 (ロイヤリティ構築)
- ▶ お客様主導 (Pull型)
- ▶ サービス・パフォーマンス主導

新たなビジネスモデル

- 「新たな割引サービスと新たな販売モデル」をセットで提供することにより、市場の成熟期に適したビジネスモデルへ転換

新たなビジネスモデル

新たな割引サービス

ファミ割 ★ 50
Just for family

ひとりでも割 ★ 50
Just for you

オフィス割 ★ 50
For business

**2年間の契約を前提に
基本料を5割引き**

新たな販売モデル

バリューコース

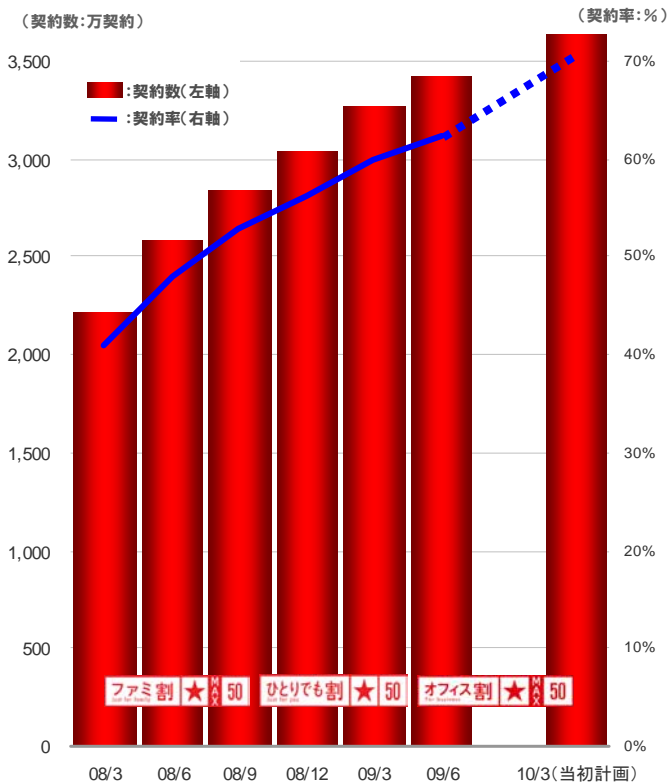
ベーシックコース

**端末費用を負担して頂く代わりに
基本料を割引**

新たなビジネスモデルの状況

新たな割引サービス※1

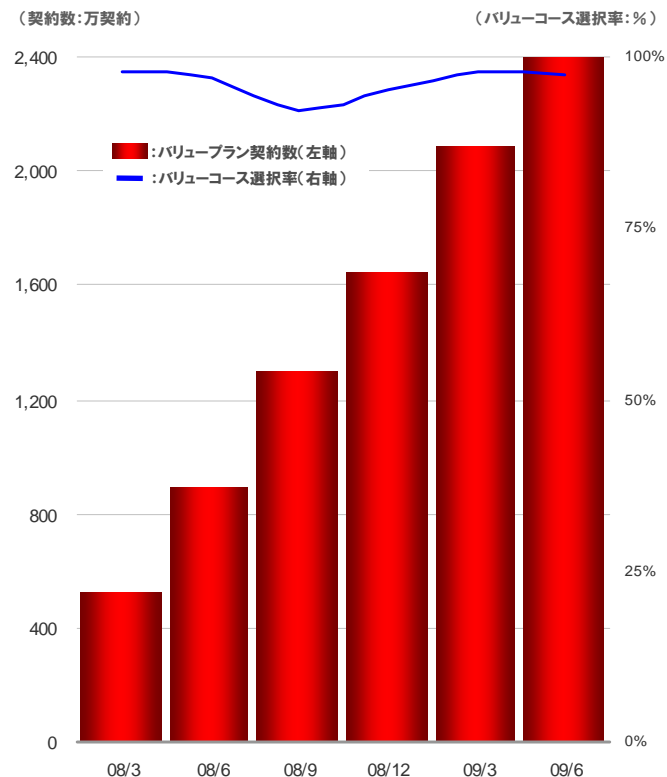
■契約数



※1:「ファミ割MAX50」「ひとりでも割50」「オフィス割MAX50」

新たな販売モデル

■バリュープラン契約数・バリューコース選択率※2



※2: 新たな販売モデルでの端末販売におけるバリューコースの選択率

ドコモの変革

- ドコモの5,500万のお客様満足度(ブランドロイヤリティ)の向上のため、あらゆる点で見直しをかけ、全ドコモによる変革を実行する

新ドコモ宣言

2008年4月18日

新ブランドロゴ

2008年7月1日



NTT docomo

全国一社化

2008年7月1日

北海道 北陸 中国

東北 東海 四国

中央 関西 九州

NTT docomo

全国一社

全ドコモの意見を収集した改革

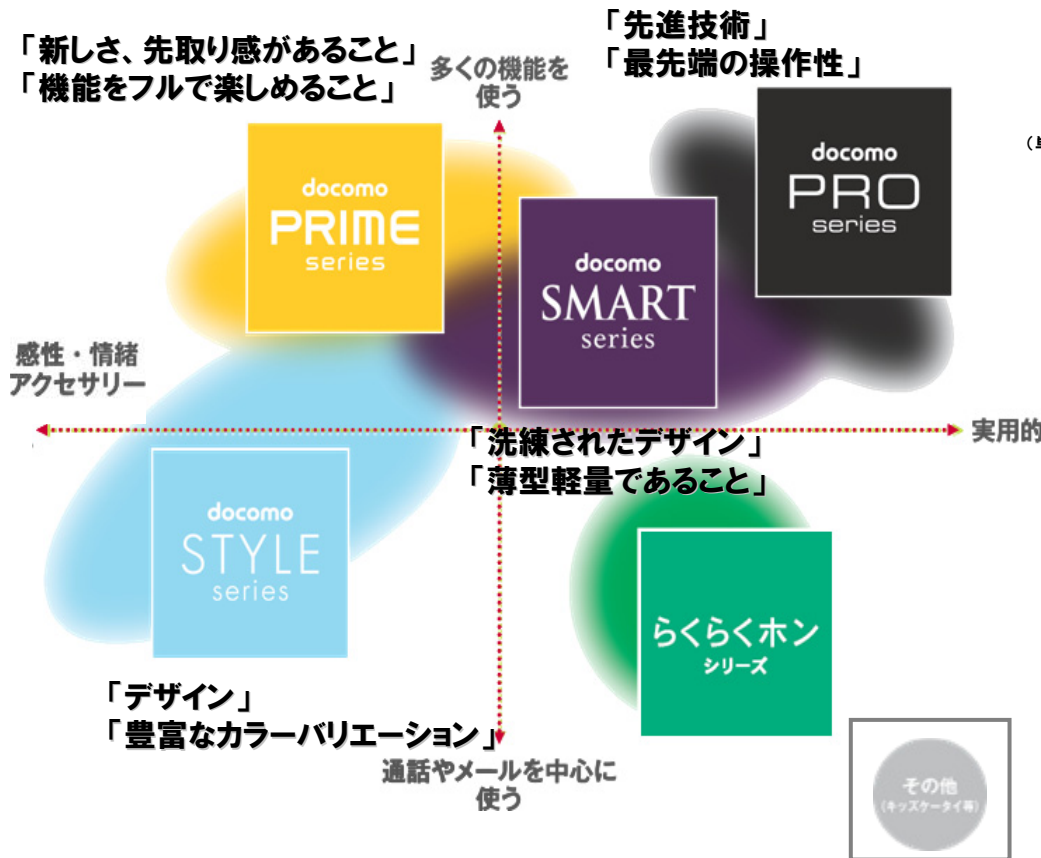


あらゆる面での改革



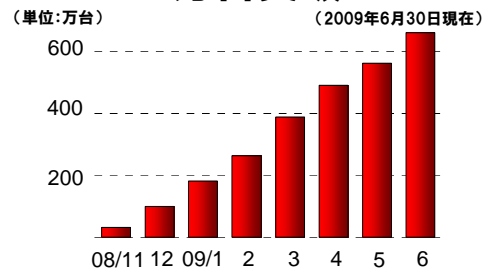
新しい4つの端末シリーズ

- ・ “機能”から“ライフスタイル”で選ぶラインアップへ



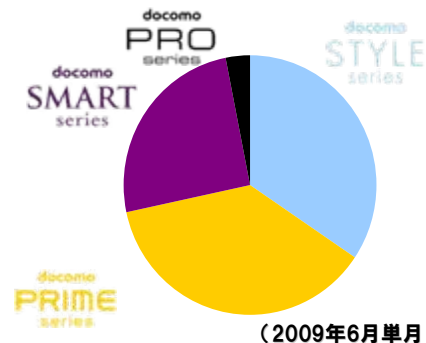
新端末シリーズ累計販売台数

650万台突破[※]



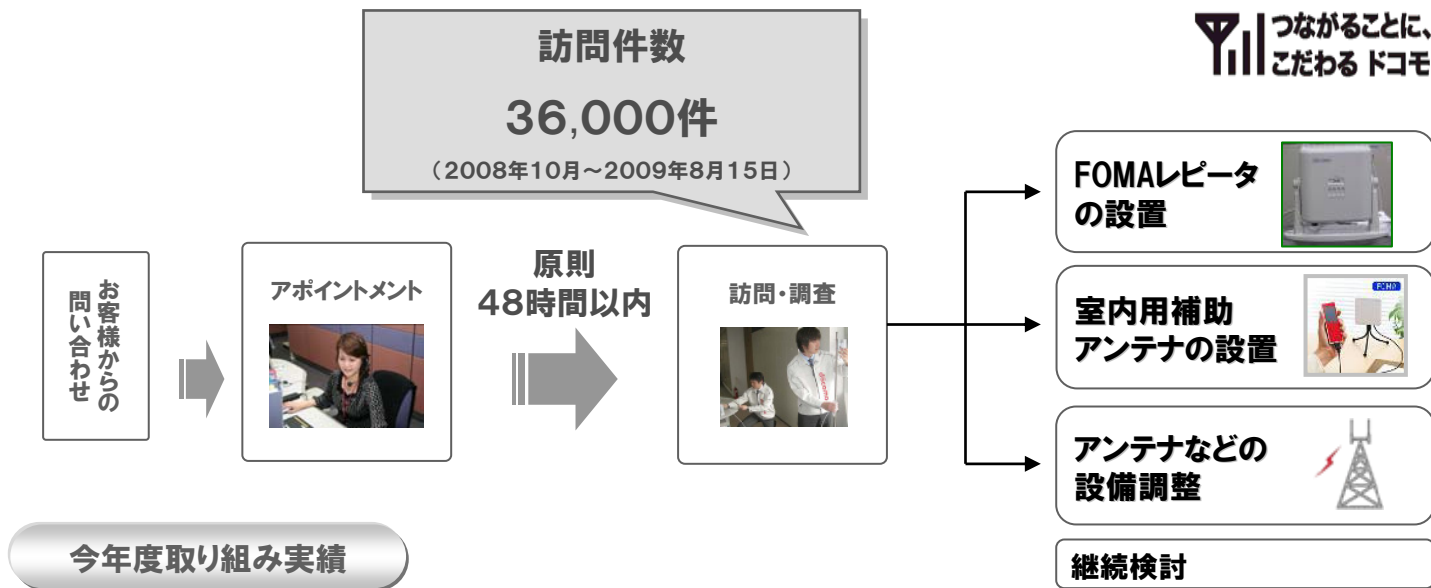
※2008年冬モデルからの累計数

各シリーズの販売比率



【変革】お客様満足度の向上（1）

- ・ エリアに対するお客様のお問い合わせに48時間以内を目標に訪問する取り組みを2008年10月から順次開始。2009年1月に全支社に展開完了



▷ 【訪問実績数】 23,000件

▷ 【訪問による改善率】 78%※

※一部改善予定を含む

【変革】お客様満足度の向上（2）

- ・ お客様満足度の向上に対する取組みが着実に評価

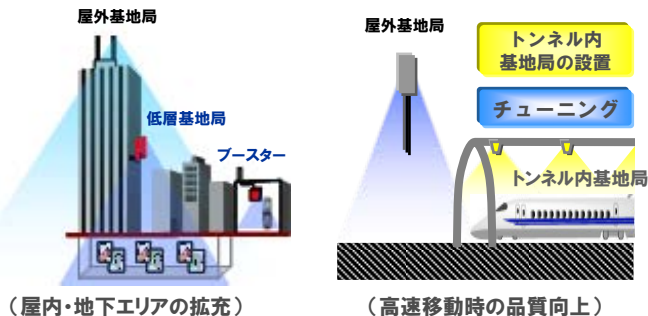
エリア／ネットワーク品質

ドコモの
エリア品質

「つながる」

「途切れない」

「データ通信速度」



ドコモのエリア品質に対する満足度が向上
（雑誌、メディア等で高評価）

アフターサービス

お客様に常に快適に、安心してご利用
頂けるようにサポート体制を強化

「ケータイてんけん」（2009年7月1日～）



ケータイを無料で
点検いたします。

診断機

「電池パック安心サポート」（2009年7月1日～）



電池パック

または



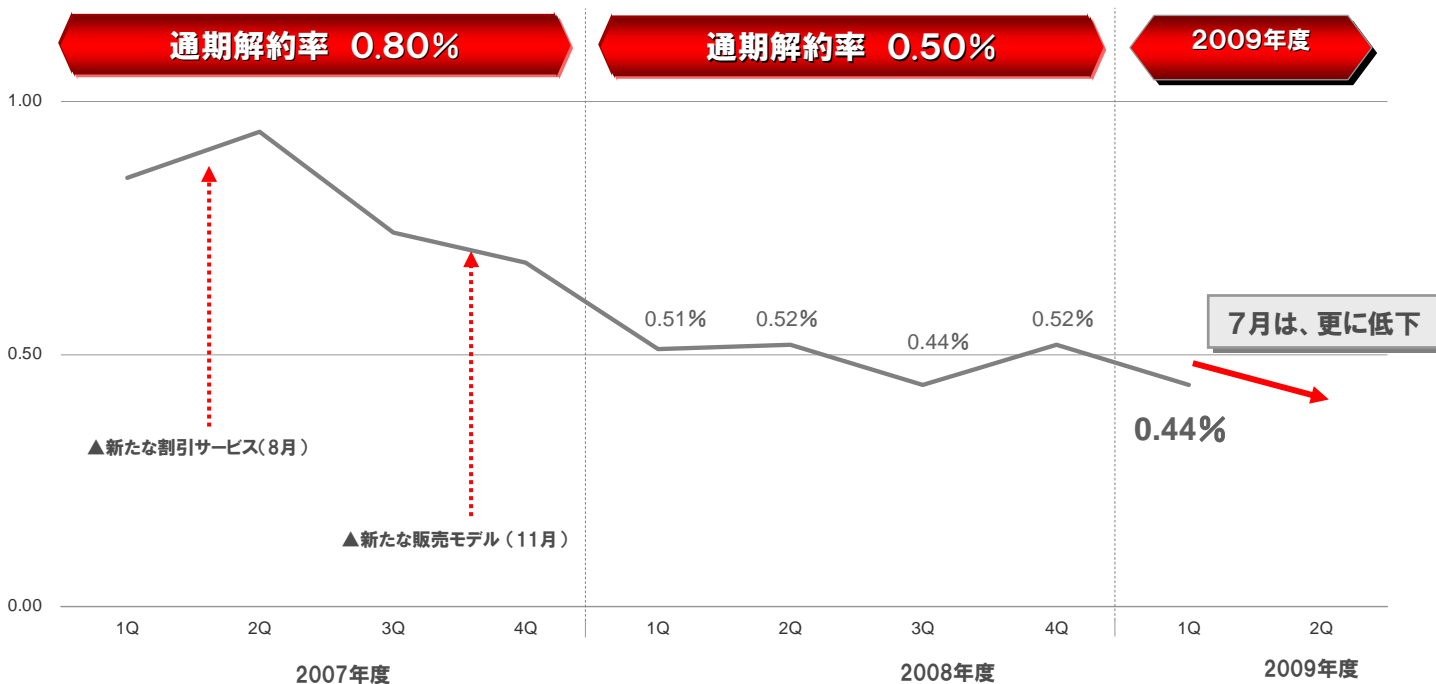
補助充電アダプタ

解約率

- 2009年度第1四半期の解約率は0.44%

■携帯電話（FOMA+mova）解約率

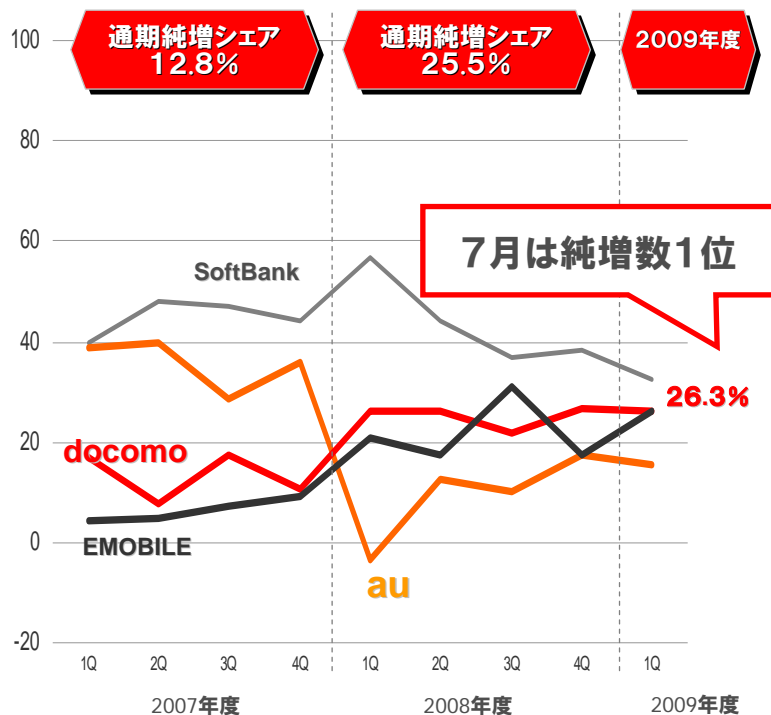
（単位：％）



純増シェア・MNP

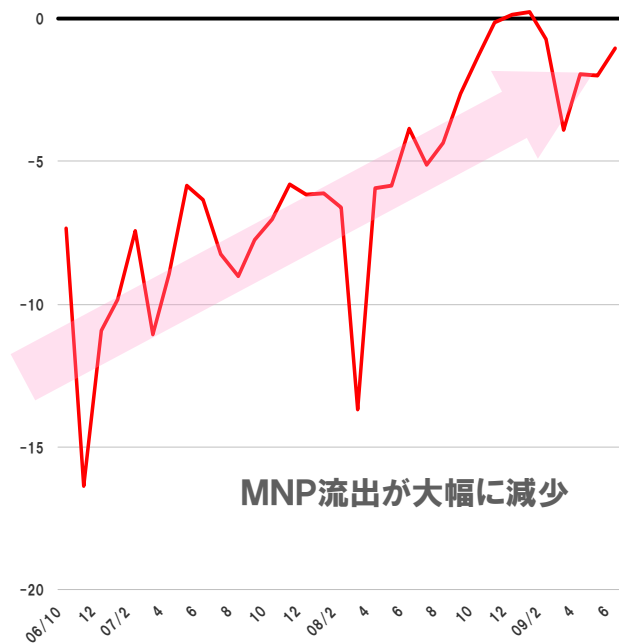
- 2009年度第1四半期の純増シェアは26.3%（7月は純増数第1位）
- MNPを利用した契約者の増減は引き続き改善傾向

■純増シェア



■MNPでの契約者の増減（各月）

（単位：万契約）





新たな成長に向けたチャレンジ

ドコモのチャレンジ

ドコモはオープンプラットフォーム端末の普及やモバイル市場の高度化・多様化の中で、リアルタイム性・個人認証・位置情報などのモバイルの特性を活かし、グローバルかつ多種多様なプレーヤーとの連携を通じてイノベーションを起こし続ける。

そして、お客様一人ひとりのライフスタイルやニーズに合わせたサービスと社会問題へのソリューションを提供することで、社会の持続的な発展に貢献できるようチャレンジしていく。

ドコモのチャレンジの重点項目

① 動画サービスの発展と推進

② LTEの導入とネットワークの進化

③ パーソナル化の推進と更なる進化

④ ソーシャルサポートサービスの展開

⑤ 融合サービスの導入・推進

⑥ 端末の更なる進化

⑦ グローバル展開の推進

⑧ 国内出資・提携の推進

パケットARPUの
伸びによる成長

新たな成長分野の
開拓に向けた取組み

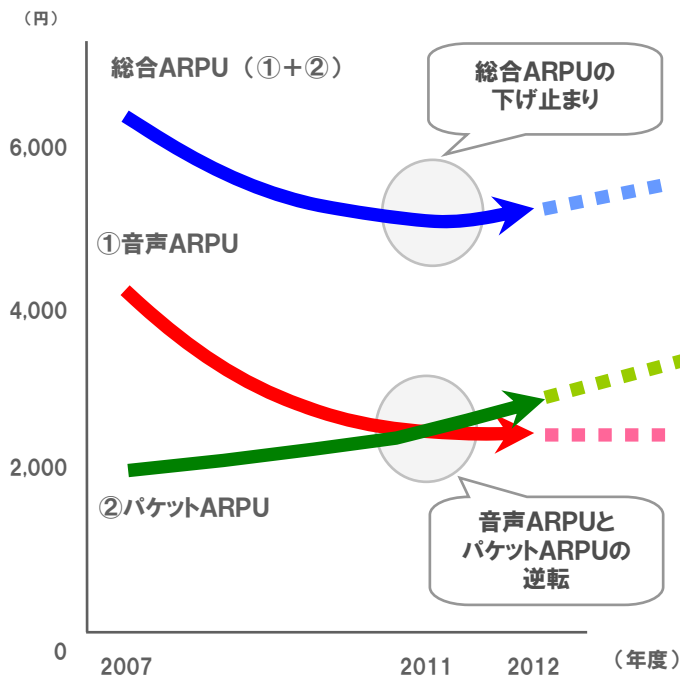
オープンOS端末の推進

外部リソースの
活用による成長

【チャレンジ①】パケットARPUの向上

- 音声ARPUの下落に対し、動画サービスの普及やパケット定額制の促進を図ることで、パケットARPUの向上を図り、総合ARPUの上昇を目指す

ARPUの向上



2012年度までの目標

パケ・ホーダイ 契約率^{*}: 70%

パケ・ホーダイ ダブル契約者の
利用促進

総合ARPU
2012年度以降、上昇に転換

【チャレンジ①】動画サービスの発展と推進

- 動画サービスの発展と推進によりパケット利用を拡大し、「動画のドコモ」を更に推進

これまで

これから

ケータイ向け
コンテンツの拡充

エンター
テインメント

エンター
テインメント
中心

パーソナル型
サービスの提供

ナビゲー
ション

観光

通販

警備

医療



BeeTV

5月1日開始

315円/月(税込)

ケータイに最適な
動画コンテンツの配信を実施

契約者数

65万契約突破

(8月15日時点)

「お試し期間」からの有料会員転換率
75%以上

【利用量・領域拡大】

シニア層等
幅広い顧客を開拓

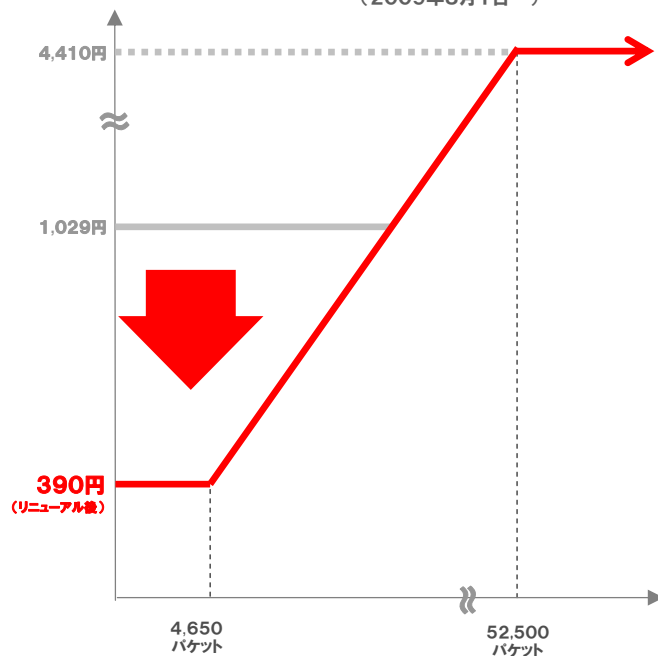
【チャレンジ①】パケット利用拡大

- ・ より使いやすく、安心してご利用頂くため、パケ・ホーダイ ダブルの下限を390円に見直し
- ・ 更なる利用の拡大に向け、パケ・ホーダイ ダブル普及に努める

パケ・ホーダイ ダブル

■「パケ・ホーダイ ダブル」の見直し

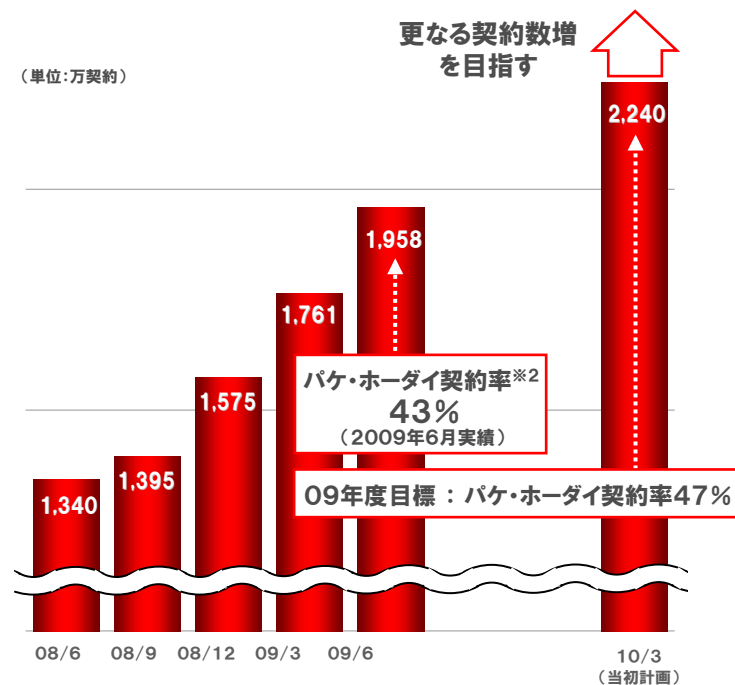
(2009年8月1日～)



パケ・ホーダイ^{※1} 契約数

(単位:万契約)

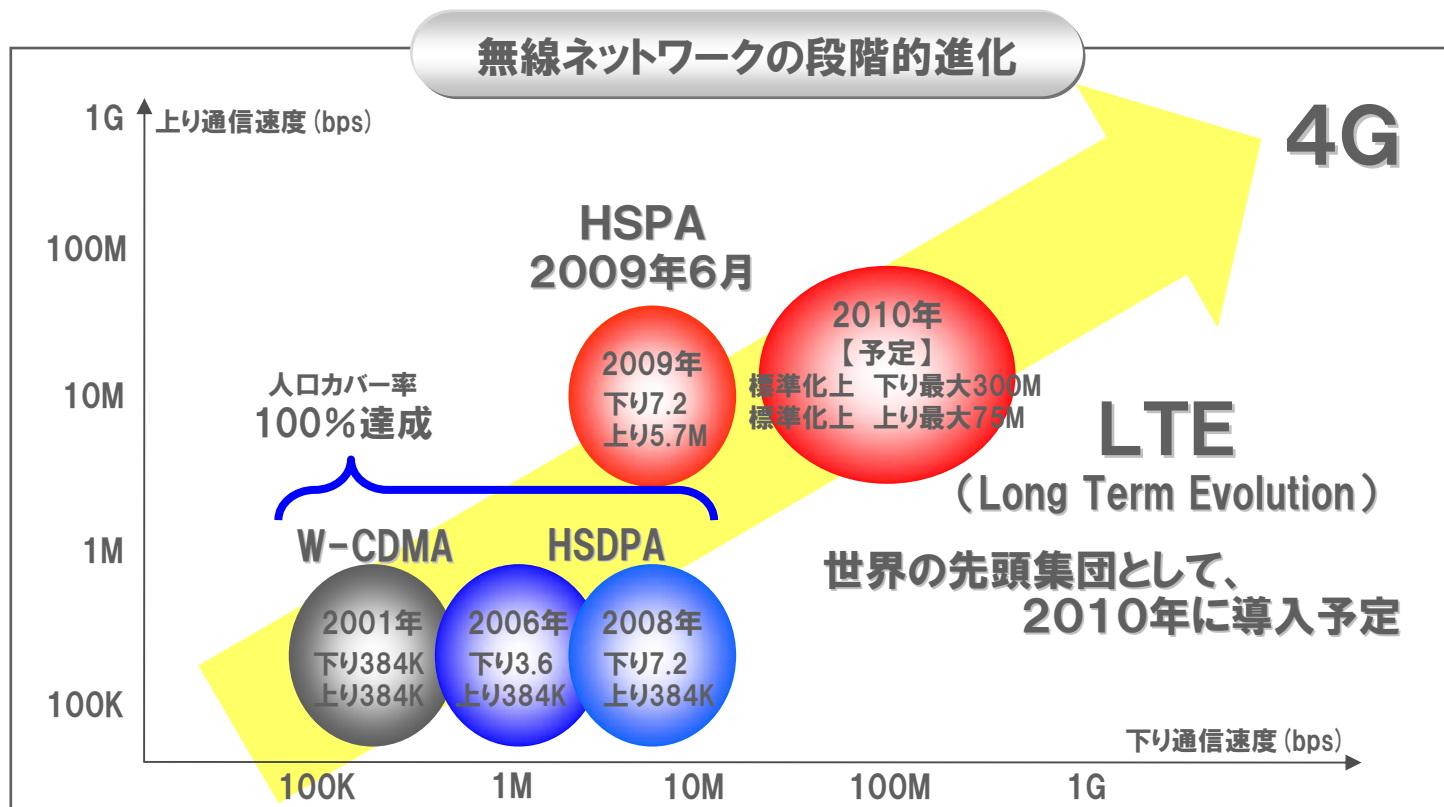
更なる契約数増
を目指す



※1 パケ・ホーダイフル、パケ・ホーダイダブルを含む ※2 パケ・ホーダイ契約率=パケ・ホーダイ契約数/FOMA i モード契約数

【チャレンジ②】ネットワークの進化

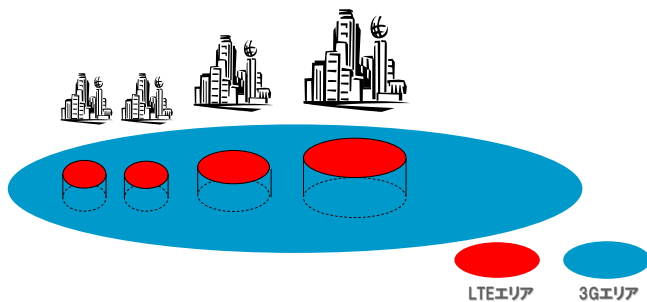
- ・ 動画やドコモの様々なサービスを支えるネットワークも「高速」かつ「大容量」へと着実に進化



- 世界の先頭集団として、2010年12月より提供開始予定。3G/LTEのデュアル端末を提供し、3Gのエリアにオーバーレイする形でエリアを拡大予定

エリア

- 需要の高い地域から順次展開予定



- 2014年度末までに
「エリア展開:約2万局、人口カバー率:約50%」予定

周波数

2GHz帯から導入し、1.5GHz帯に拡大予定

端末

- カード型端末から提供予定
- ハンドセット型端末は2011年以降提供予定

3G/LTEデュアル端末



「LTEのエリア」では高速通信

「3Gエリアの広さ」のメリットを享受

設備投資計画

5年間(2010~2014年度)で

3,000~4,000億円の設備投資を計画

- ・ 位置情報を連動させることで、パーソナルな情報をより適切なタイミングで提供

“～できるケータイ”から“～してくれるケータイ”へ

「アラジンの魔法のランプ」のような究極のケータイを目指す

iコンシエルの浸透

ケータイがまるで「執事」や「コンシェルジュ」のように、お客様一人一人の生活をサポート



契約者数

200万契約突破

(2009年8月17日現在)

コンテンツ数

サービス
開始当初

172



2009年8月
17日現在

381

今後の取組み

位置情報に連動した機能拡張

2009年度下期予定



地域情報コンテンツの充実

お客様への情報提供にあたっては「B to B to Cモデル」も目指す



サービスイメージ

スーパーの近くにいる人にタイムセールのお知らせ



普段とは別の場所でも、そこからの終電の時間が近づくと教えてくれる

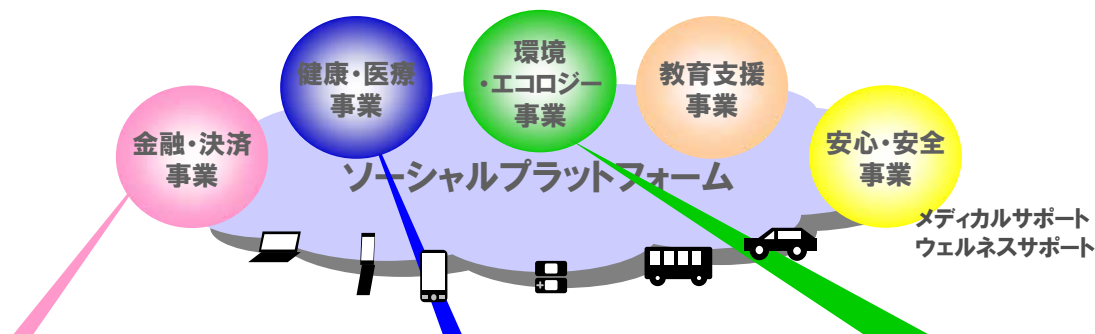


【チャレンジ④】ソーシャルサポート（1）

- ・ 社会の持続的成長に向けて、環境・エコロジー、安心・安全、健康・医療などの分野で情報流通を効率化する基盤を構築、事業化を推進

社会的課題へ取組む

ドコモの強みを生かす



金融・決済事業

金融・決済領域でのサービス・ビジネスのさらなる多様化を図る。

- モバイルCRM※の推進
- 新たな金融との融合サービス
モバイル送金サービスの提供

健康・医療事業

モバイルを活用したパーソナルな医療情報の配信基盤を構築する。

- 健康・医療情報配信サービス
メディカルサポート
ウェルネスサポート
- 遠隔医療サポート

環境・エコロジー事業

センシング技術とモバイルの融合による情報基盤を構築する。

- 環境情報のセンシング
センシング基盤構築による環境サポート
- エコライフサポート
省エネ支援

※ CRMとは「Customer Relationship Management」の意味

【チャレンジ④】ソーシャルサポート（２）

- ・ 新たな収益源の確保に向け、各種サービスを開始
- ・ CRMソリューションとして「イオンマーケティング」を設立

イオンマーケティング（2009年7月24日 設立）

(CRMソリューション)

イオンマーケティング株式会社

モバイル事業	タイムリーな情報配信
クラブサポート事業	会員データ運用・管理
マーケティング事業	お客様ニーズの把握



“お客さま一人ひとりに合った情報を
タイムリーにお届けする”

お得な情報を受け取る



ケータイ会員証で会員認証し
ケータイや現金等で決済



お店やネットで購入



ウェルネスサポート（2009年6月1日より開始）

(健康管理プラットフォーム)



自動送信

利用者

保健師、栄養士からの
アドバイス等

docomo



ウェルネスサポートサーバ
(バイタルデータ収集基盤)

バイタル
データ

パートナー企業



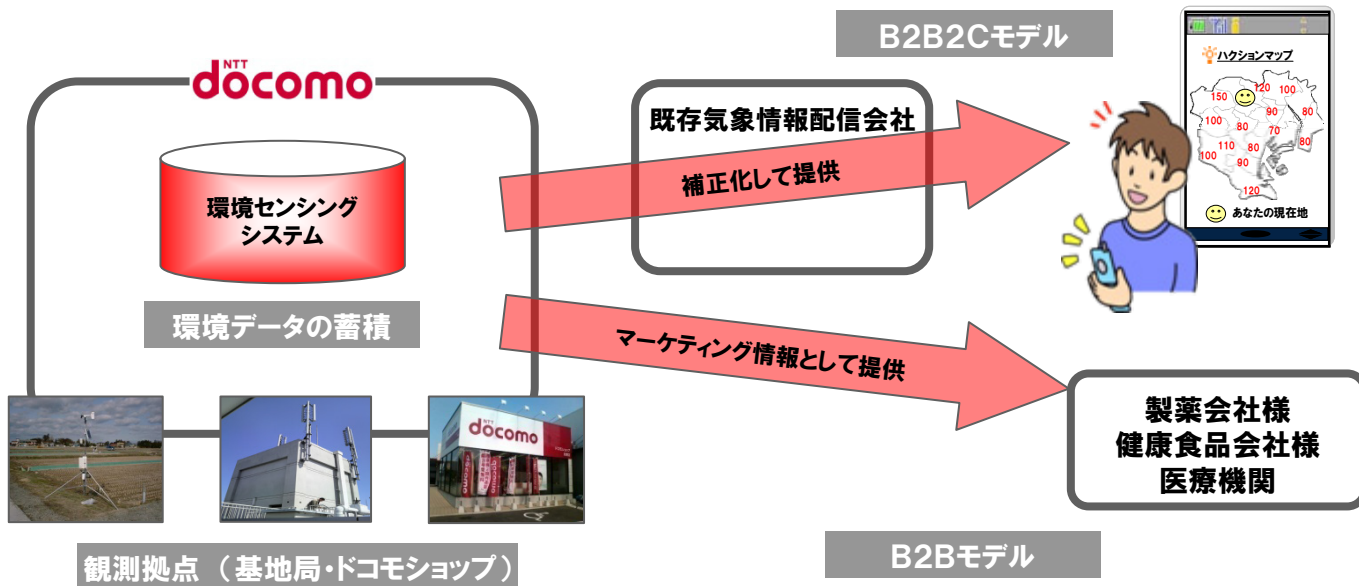
各種健康サービス
(バイタルデータの分析 等)

ケータイ送金（2009年7月21日より開始）

ドコモ
ケータイ送金

携帯電話から携帯電話への送金が可能

・環境センシングによる情報サービス



- ・ 大気汚染(CO₂、SO_x、NO_x)、アレルギー因子(花粉、PM_{2.5})などを全国規模で測定及び蓄積
- ・ 既存気象情報会社様との連携によるお客様への配信(B2B2C)、マーケティング情報として企業様への提供(B2B)

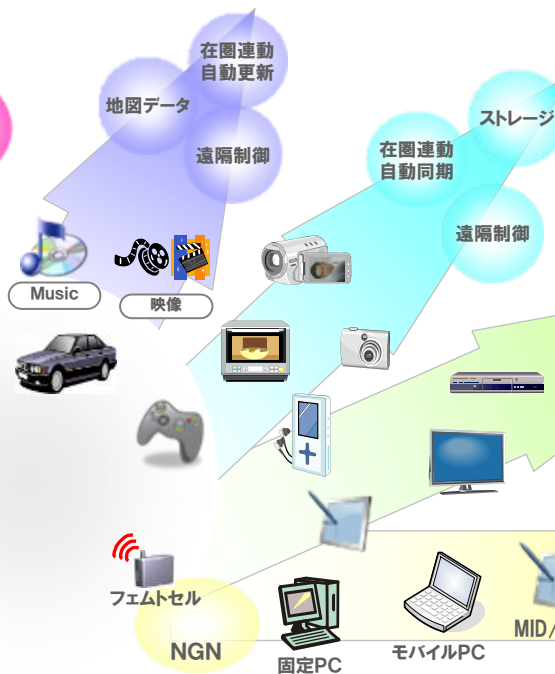
【チャレンジ⑤】融合サービスの展開

- ・ ケータイと様々な生活ツールを融合した新たなサービスを展開する

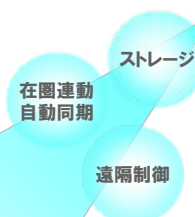
産業機器との融合



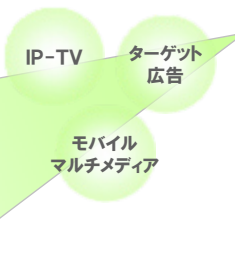
車(ITS)との融合



情報家電との融合



放送との融合



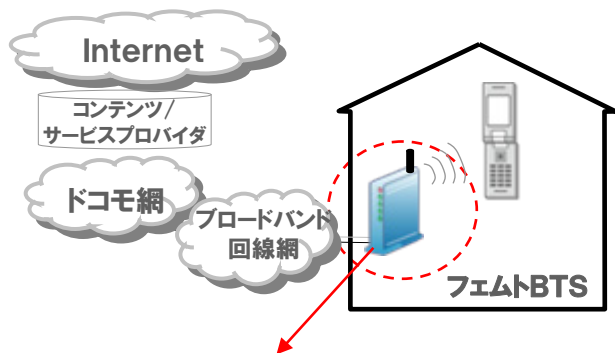
固定との融合



【チャレンジ⑤】サービス利用型フェムトセル

- ・フェムトBTSを設置して「エリアを形成する」ことにより、新たな付加価値を創造

融合サービス



高性能フェムトセル基地局装置を開発



HSPA 対応*

2009秋以降
運用開始

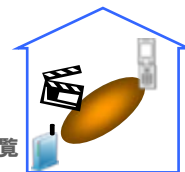
* HSPA(High Speed Packet Access)とは、HSDPAとHSUPAの総称

①安定通信環境(帯域占有)

動画や音楽など高品質大容量のコンテンツ

【提供予定時期】
2009年秋

高画質動画閲覧

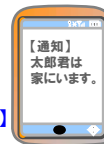


②生活行動支援

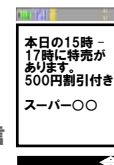
フェムトセルの在圏・離圏に連動した情報配信・サービス

【提供予定時期】
2009年秋

例) 家族間の在宅通知



例) チラシ・クーポン配信



③家電との連携(今後)

家電・宅内機器の遠隔コントロール



【チャレンジ⑥】端末の更なる進化～オープンOS端末の推進～

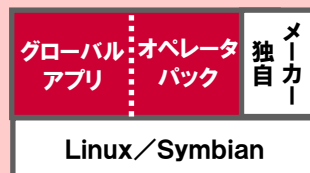
- ・ iモード系ケータイによるビジネスと並行して、Windows MobileやAndroidのような オープンOS端末を推進

iモード端末

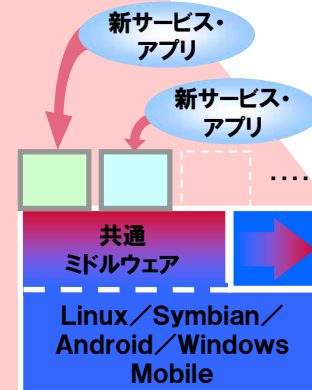
安全・細かく最適化
使いやすい“携帯”



グローバルなプラットフォームを採用
(Symbian、Linux)
オペレータパック導入



将来

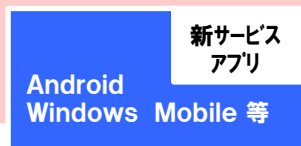


オープンOS端末 “スマートフォン”

汎用端末で共通化・低コスト
新サービス導入が
ソフトベースで容易



スマートフォンでiモードサービスを可能に



28 【チャレンジ⑥】夏モデルオープンOS端末 T-01AとHT-03A

T-01A (6月20日発売)



薄さ9.9mm、
4.1インチワイドVGA液晶
フルタッチパネルの
高性能インターネットケータイ

大画面

視認性の高い約4.1インチワイド
VGA大画面&ストライプメニュー

高性能CPU

高性能1GHz CPUを活かした
快適なインターネットブラウジング、
Windows Mobile® 6.1を搭載

HT-03A (7月10日発売)



ケータイするGoogle™



検索



マップ



Gmail



カレンダー



YouTube

新サービス

地磁気センサーを利用したポケッ
ト羅針盤などのアプリ

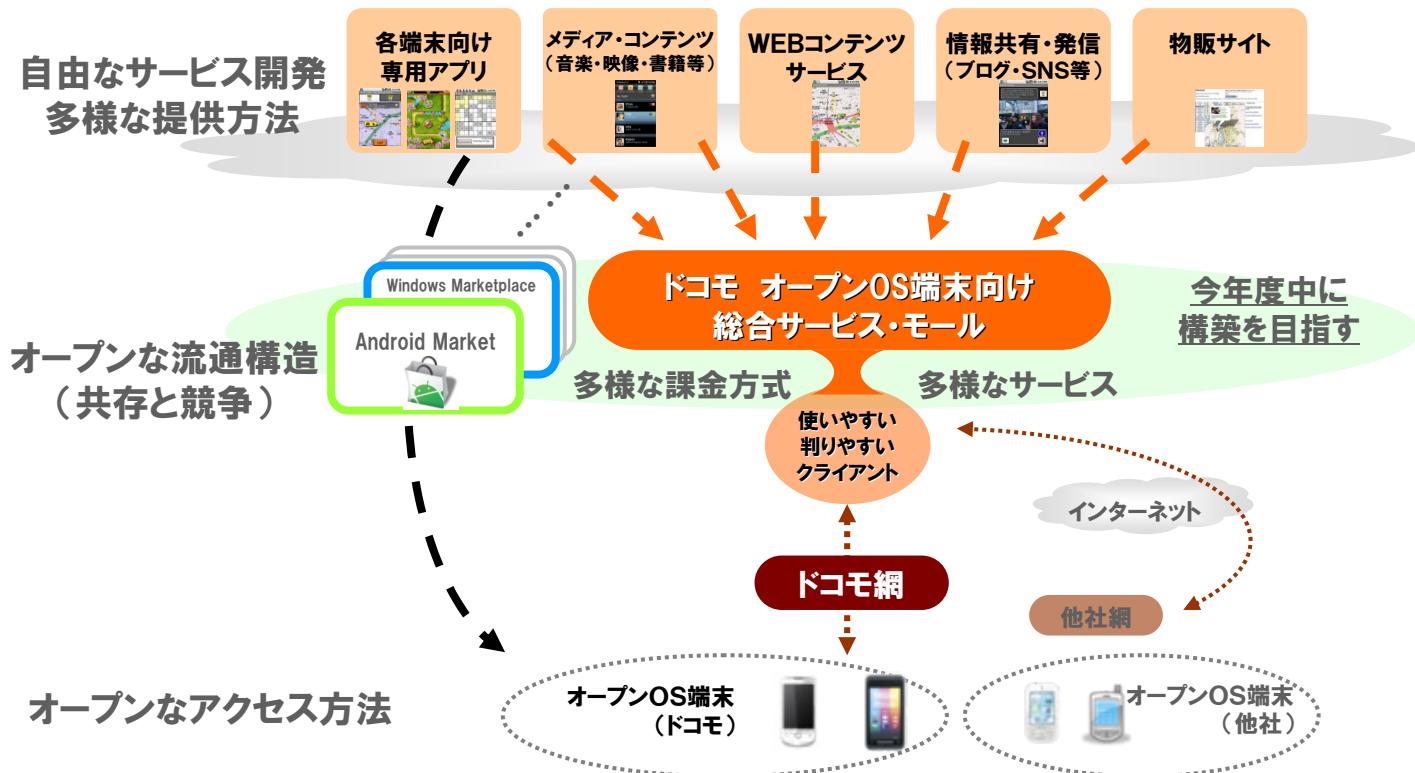


カスタマイズ

Android Marketから世界中で
日々開発されるアプリを追加

29 【チャレンジ⑥】オープンOS端末向け総合サービス・モールの構築

- ・グローバル・プレーヤーのソフト販売ストアと並行して、ドコモ独自の総合サービス提供の場を構築し、オープン性を活かした多様なサービス流通とビジネス・モデルの共存を目指す



【チャレンジ⑦】グローバル展開の推進

- ドコモのリソースを最大限活用し、海外パートナーとの提携を通じて、日本及び世界のお客様に高品質なモバイルサービスをシームレスに提供

国際サービス

ローミング・国際通信

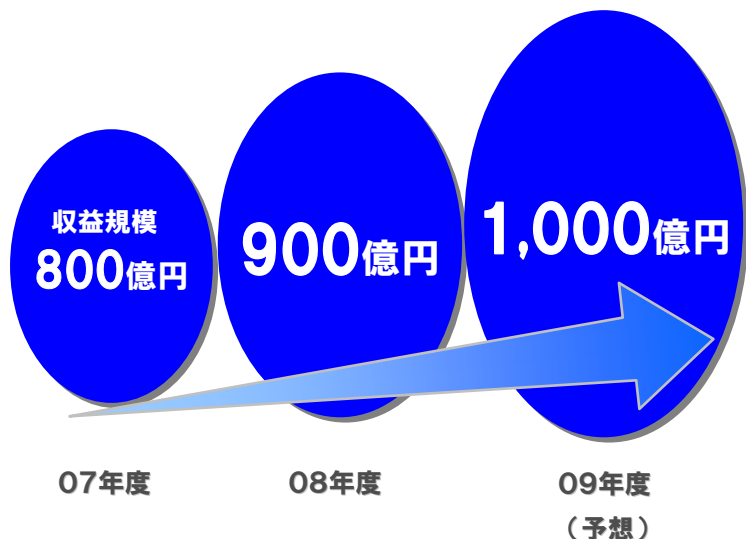
法人向けソリューション

海外進出企業へ
ソリューション提案

海外でのビジネス展開

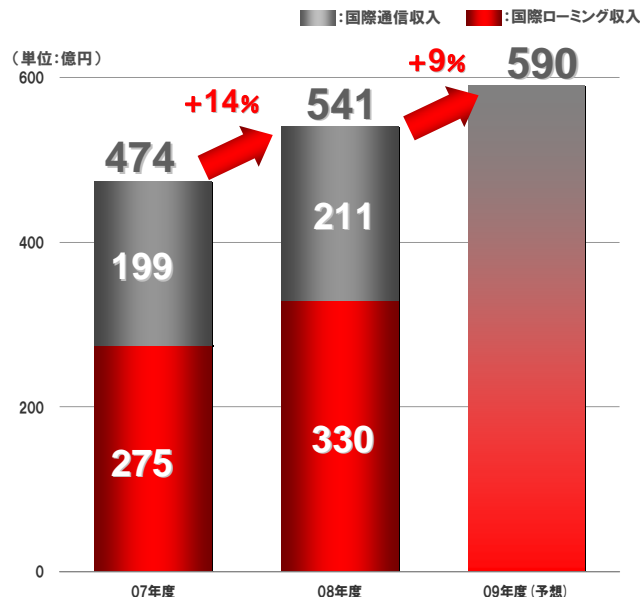
出資・提携

■国際ビジネスの収益規模※



※ 国際通信 / ローミング収入及び海外出資先からの配当・連結収益など

再掲) 国際通信/ローミング収入 (ローミングインを含む)



【チャレンジ⑦】ドコモの海外における取り組み

- 国際サービスの強化、法人向けソリューションの展開、アジア・太平洋を中心とした出資・提携などの取組みを実施



インド TTSL社



出資先企業価値の向上に向けた取り組み

事業・技術協力委員会(BTCC)を開催

役員・社員を派遣

GSMネットワーク構築を支援

付加価値サービスの開発に協力

GSMサービス新ブランド (TATA DOCOMO)



- ▷ 6月24日よりインド南部地域にて開始。1ヶ月で約180万契約*達成
- ▷ 「iチャンネル」も同時に試行サービス開始

* 対象サークルにおいて5割を超える純増シェア (GSM)

【チャレンジ⑧】国内出資・提携の推進

- 新規事業の創出及びコア事業の強化を目的とした出資・提携を推進し、収益拡大と持続的成長を図る

新たな事業の創出

ソーシャルサポートサービスの展開

イオンマーケティング株式会社

(2009年7月24日 設立)

ドコモとのシナジーが発揮できる領域

株式会社オークローンマーケティング

(2009年4月9日 出資)

環境・エコ分野
健康・医療分野
金融・決済分野
教育支援分野
安心・安全分野
での連携



コア事業の強化

便利・魅力的な動画コンテンツ等の確保

エイベックス通信放送株式会社

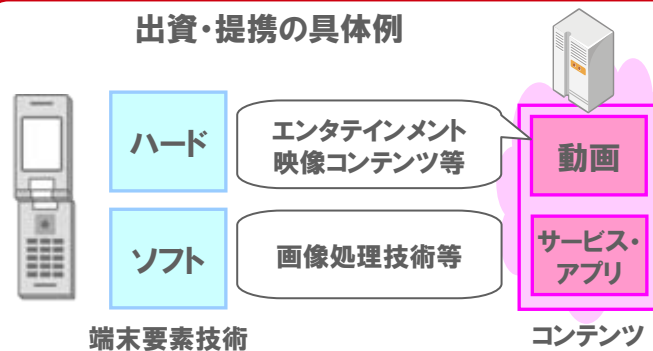
(2009年4月10日 設立)

先進なサービスを実現する端末技術等の獲得

パケットビデオ・コーポレーション(米国)

(2009年7月2日 出資)

出資・提携の具体例





財務の状況

財務の状況

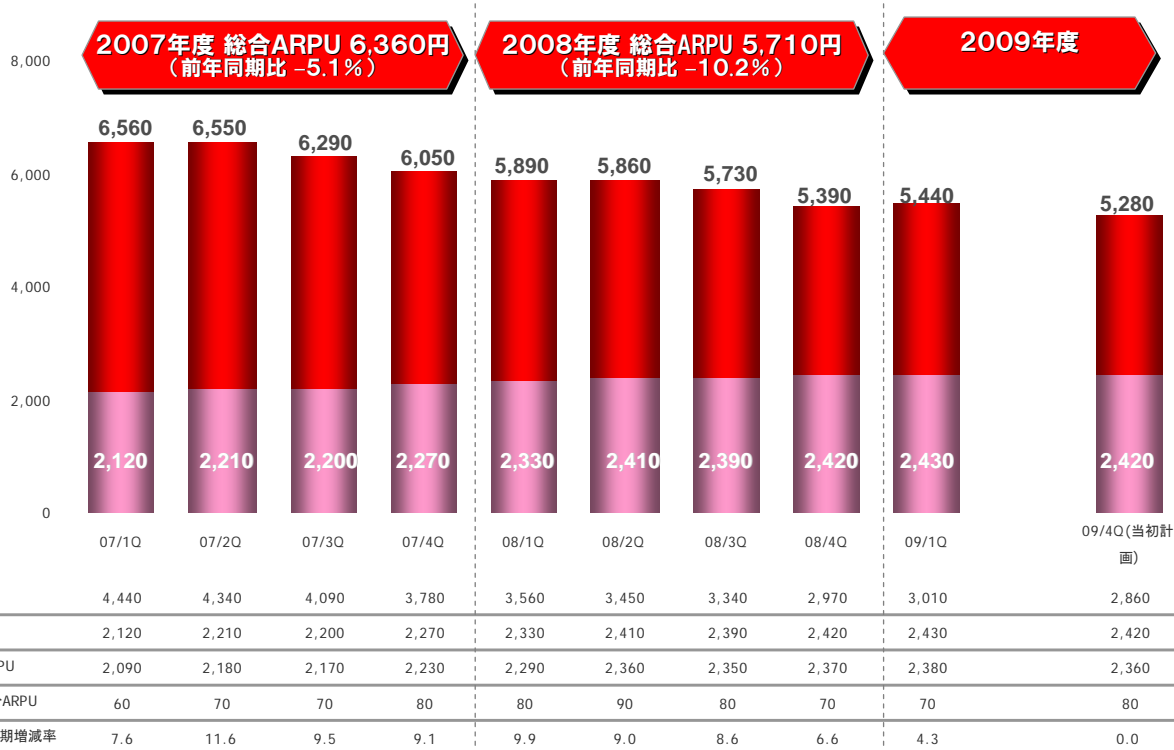
収益面では、音声ARPUの下落は続いているものの、パケットARPUは堅調に伸びている。ドコモとしては、パケットARPUの更なる成長を目指すとともに、新たな収益源を創出する取組みや、ネットワーク関連や設備投資などのコスト効率化にも積極的に取り組むことで、2012年度の「営業利益 9,000億円」の達成を目指す。

また株主還元についても重要な経営課題として取り組んでいく。

携帯電話(FOMA+mova) ARPU

- 2009年度第1四半期の総合ARPUは5,440円（前年同期比：-7.6%）
 パケットARPUは2,430円（前年同期比：+4.3%）

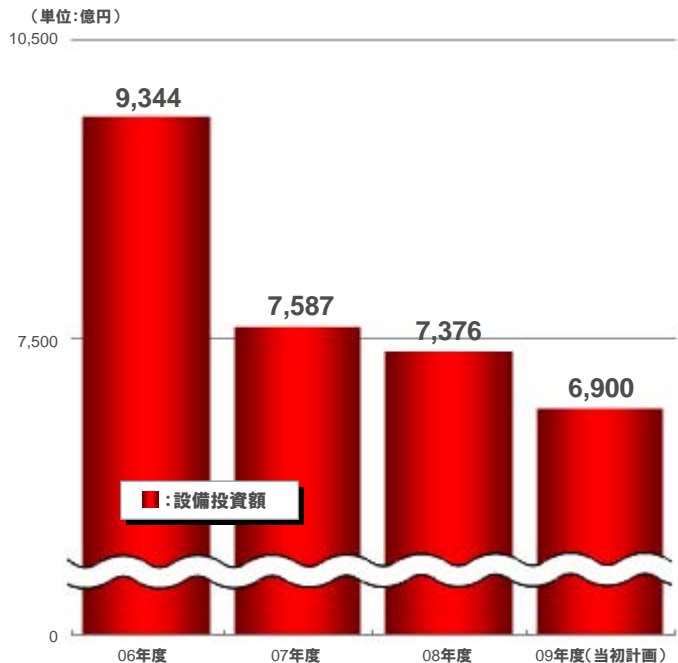
（単位：円）



設備投資 / ネットワーク

- 2009年度の設備投資は6,900億円を予定
- 更なるお客様満足度向上に向け、お客様対応・品質向上を更に強化

■設備投資額の推移



ネットワーク関連コストの効率化

基地局創設費の削減

- ▷ 基地局鉄塔仕様の統一による効率化
- ▷ エリアに応じた最適な装置の適用

ネットワークのスリム化

- ▷ ネットワークのIP化
 - 汎用装置の活用、大容量化による設備集約
- ▷ iモードセンタの構造改革
 - 大容量装置の採用、アプリケーション構成見直しによる装置集約
- ▷ ネットワークのシンプル化

回線使用料の削減

- ▷ 基地局伝送路の適正化
- ▷ 経済的な伝送路網を構築

コスト効率化

・コスト効率化の推進により、経営基盤を強化

■ ネットワーク関連コスト

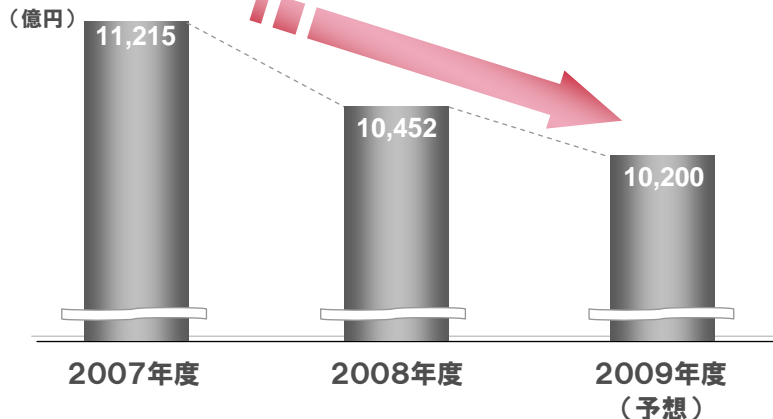
(減価償却費・通信設備使用料)

コストの効率化

基地局創設費
の削減

ネットワーク
のスリム化

回線使用料
の削減



上記数値については、特殊要素であるmova資産等の繰上償却の影響を除いています。その結果、減価償却費について、2009年4月28日発表の弊社の決算発表および業績予想数値と比較し、2008年度の数値を757億円減額し、2009年度の数値を80億円増額しています。

■ 一般経費

- ▶ 一般経費の更なる削減
- ▶ 業務プロセスの見直し
- ▶ 1社化を契機にした業務効率化

2009年度
約400億円の削減

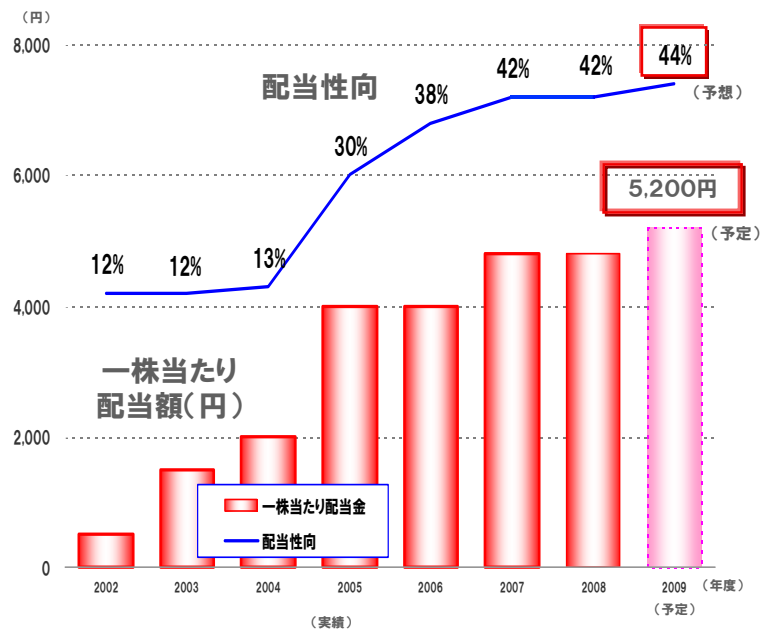
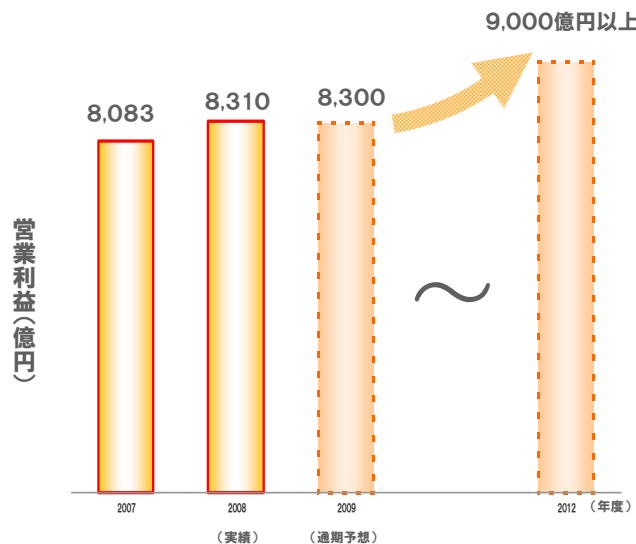
利益目標・株主還元

2012年度
営業利益

9,000億円以上

株主還元

- ・国内トップレベルの配当性向の維持
- ・安定的な配当の実施





Appendices

2008年度決算 / 2009年度業績予想の概況

	2007年度 (通期) (1)	2008年度 (通期) (2)	増減 (1) → (2)	2009年度 (通期予想) (3)	増減 (2) → (3)
営業収益 (億円)	47,118	44,480	-5.6%	43,820	-1.5%
携帯電話収入 (億円)	40,190	36,613	-8.9%	34,490	-5.8%
営業費用 (億円)	39,035	36,170	-7.3%	35,520	-1.8%
営業利益 (億円)	8,083	8,310	+2.8%	8,300	-0.1%
税引前利益 (億円)	8,007	7,805	-2.5%	8,320	+6.6%
当期純利益 (億円)	4,912	4,719	-3.9%	4,930	+4.5%
EBITDAマージン (%)※	34.8	37.7	+2.9 points	35.8	-1.9 points
フリーキャッシュフロー (億円)※	4,424	934	-78.9%	3,800	+306.9%

◆本資料における連結財務諸表等は、会計監査人による監査を受けておりません

◆フリーキャッシュフローの算定にあたっては、期末日が金融機関の休業日になったことによる電話料金未回収影響額、および期間3ヶ月超の資金運用を目的とした金融商品の取得、償還及び売却による増減を除いています

※各数値の算定については、本資料の45頁「財務指標(連結)の調整表」並びに当社ホームページ (www.nttdocomo.co.jp) 内の「株主・投資家情報」をご参照ください

2009年度 第1四半期決算概況

	2008/4-6 (1Q) (1)	2009/4-6 (1Q) (2)	増減 (1)→(2)	2010/3 (通期予想) (3)	進捗率 (2) / (3)
営業収益 (億円)	11,702	10,848	-7.3%	43,820	24.8%
携帯電話収入 (億円)	9,364	8,819	-5.8%	34,490	25.6%
営業費用 (億円)	8,738	8,329	-4.7%	35,520	23.4%
営業利益 (億円)	2,965	2,518	-15.1%	8,300	30.3%
税引前利益 (億円)	2,884	2,475	-14.2%	8,320	29.7%
当社に帰属する四半期（ 当期）純利益（億円）	1,735	1,474	-15.1%	4,930	29.9%
EBITDAマージン (%)*	40.1	39.3	-0.8 points	35.8	-
フリーキャッシュフロー (億円)*	-1,056	-908	+14.0%	3,800	-

◆本資料における連結財務諸表等は、会計監査人による監査を受けておりません

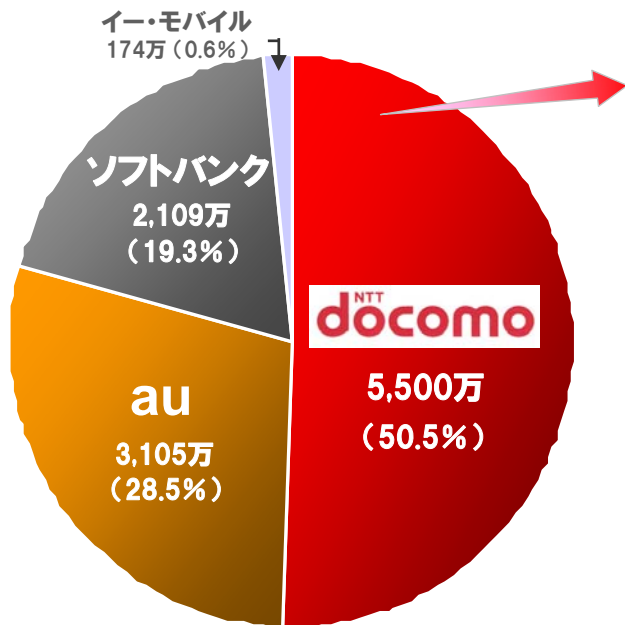
◆フリーキャッシュフローの算定にあたっては、期末日が金融機関の休業日になったことによる電話料金未回収影響額、および期間3ヶ月超の資金運用を目的とした金融商品の取得、償還及び売却による増減を除いています

* 各数値の算定については、本資料の35頁「財務指標(連結)の調整表」並びに当社ホームページ (www.nttdocomo.co.jp) 内の「株主投資家情報」をご参照ください

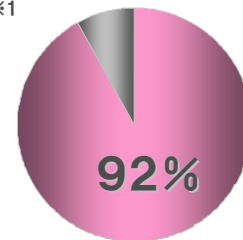
携帯電話契約数

- ・ NTTドコモの契約数は約5,500万（日本最大の移動通信キャリア）

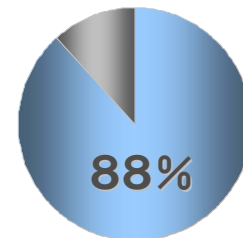
■契約数（2009年7月末）



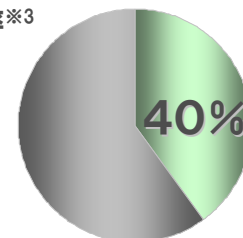
■FOMA(3G)契約率※1



■iモード契約率※2



■iモード定額制契約率※3



出典：TCA（社団法人電気通信事業者協会）

※1：FOMA(3G)契約数 / 携帯電話(FOMA+mova)契約数

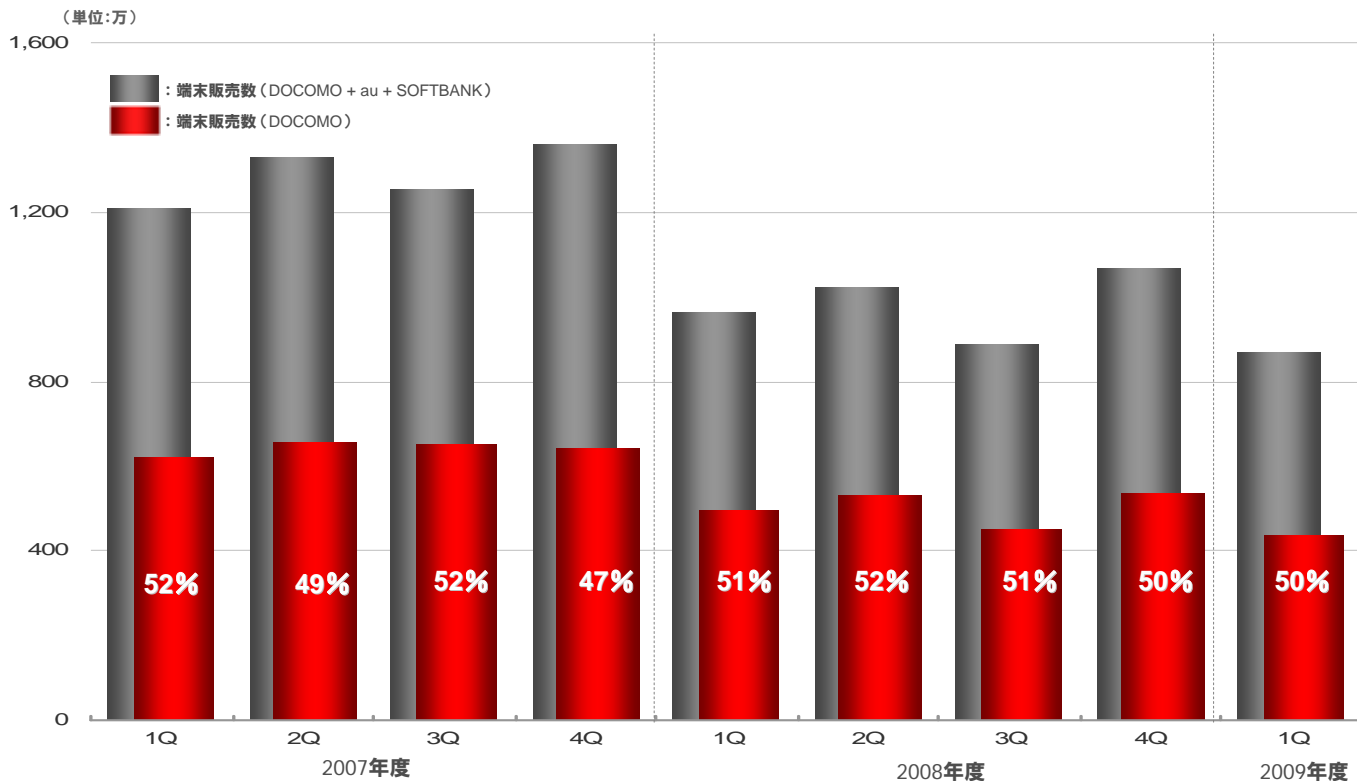
※2：iモード契約数 / 携帯電話(FOMA+mova)契約数

※3：iモード定額制(パケ・ホーダイ、パケ・ホーダイフル)契約数 / FOMA(3G)契約数

総販売シェア

- 端末の総販売数に占めるドコモシェアは、MNP導入後も約5割で推移

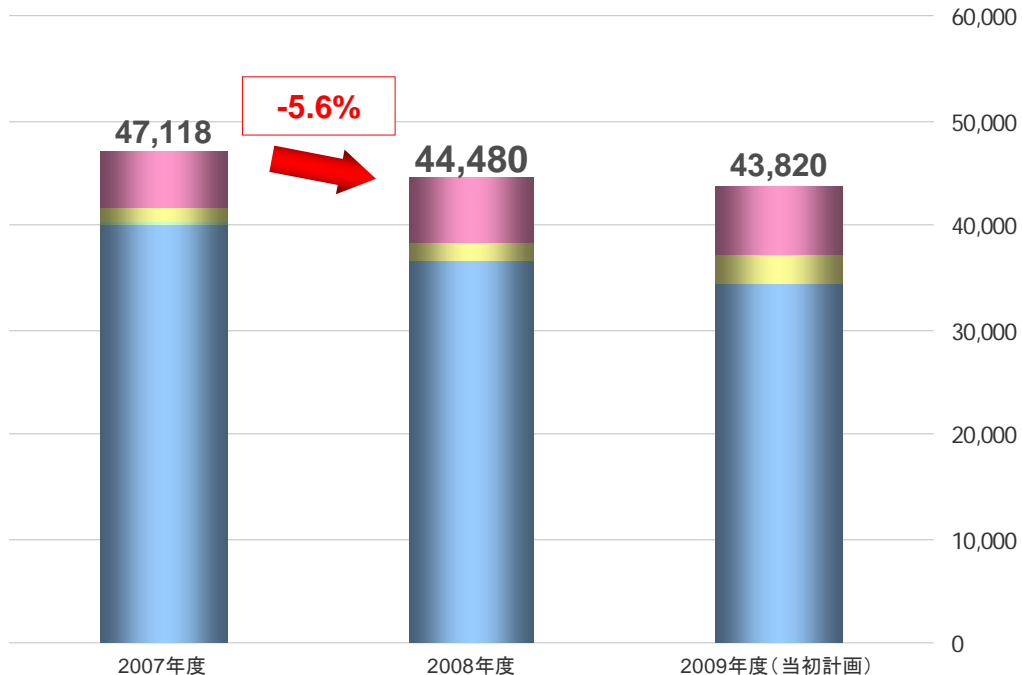
■総販売シェア（推計）



営業収益の推移

U.S. GAAP

(単位:億円)



(単位:億円)

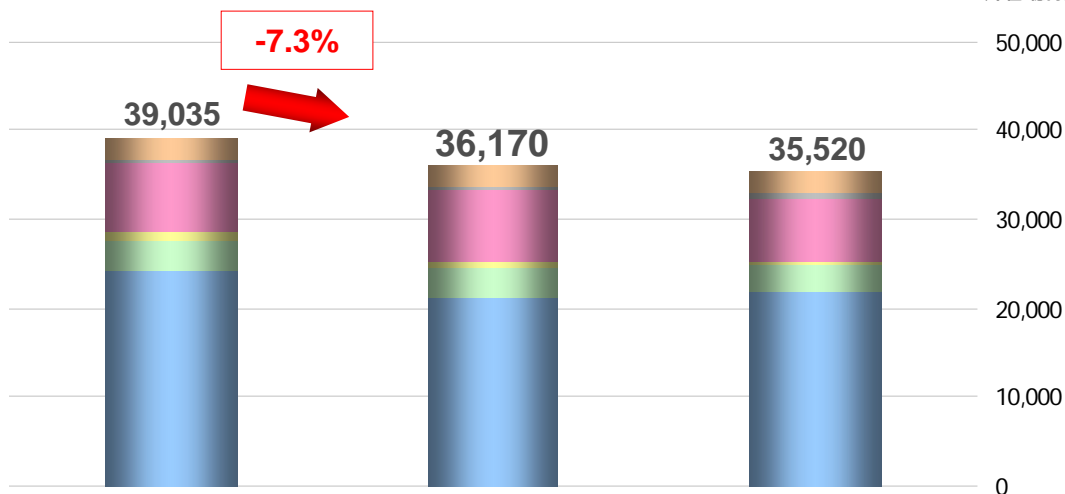
項目	2007年度	2008年度	2009年度 (当初計画)
■ 端末機器販売収入	5,466	6,069	6,640
■ その他の収入	1,368	1,798	2,690
■ PHS収入	95	-	-
■ 携帯電話収入(音声収入、パケット収入)	40,190	36,613	34,490

◆「国際サービス収入」は「携帯電話収入」に含めております

営業費用の推移

U.S. GAAP

(単位:億円)



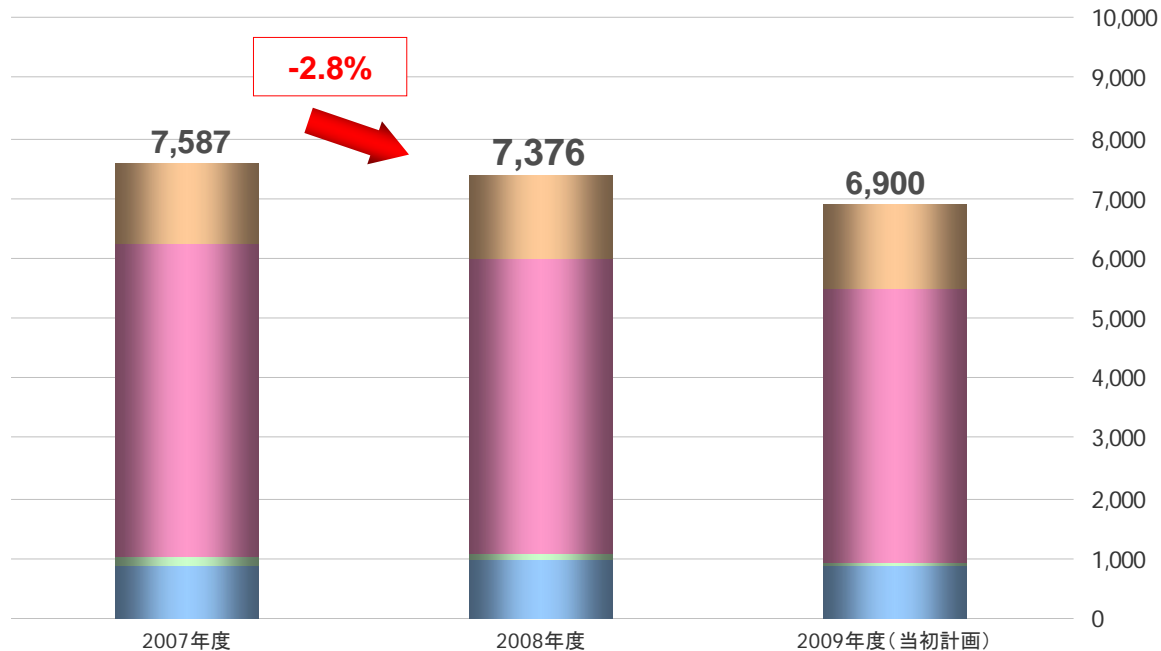
(単位:億円)

	2007年度	2008年度	2009年度 (当初計画)
■ 人件費	2,334	2,541	2,630
■ 租税公課	388	387	390
■ 減価償却費	7,764	8,042	7,100
■ 固定資産除却費	754	697	450
■ 通信設備使用料	3,451	3,167	3,020
■ 経費	24,344	21,336	21,930
(再掲) 収益連動経費 *	16,792	13,339	13,260
(再掲) その他経費	7,552	7,997	8,670

*収益連動経費=端末機器原価+代理店手数料+ポイントサービス経費

設備投資の推移

(単位:億円)



(単位:億円)

■ その他(情報システム等)

1,345

■ PHS事業

2

■ 携帯電話事業(FOMA)

5,204

■ 携帯電話事業(mova)

146

■ 携帯電話事業(その他)

890

2008年度

1,363

-

4,899

107

1,007

2009年度(当初計画)

1,400

-

4,540

50

900

携帯電話(FOMA+mova) MOU

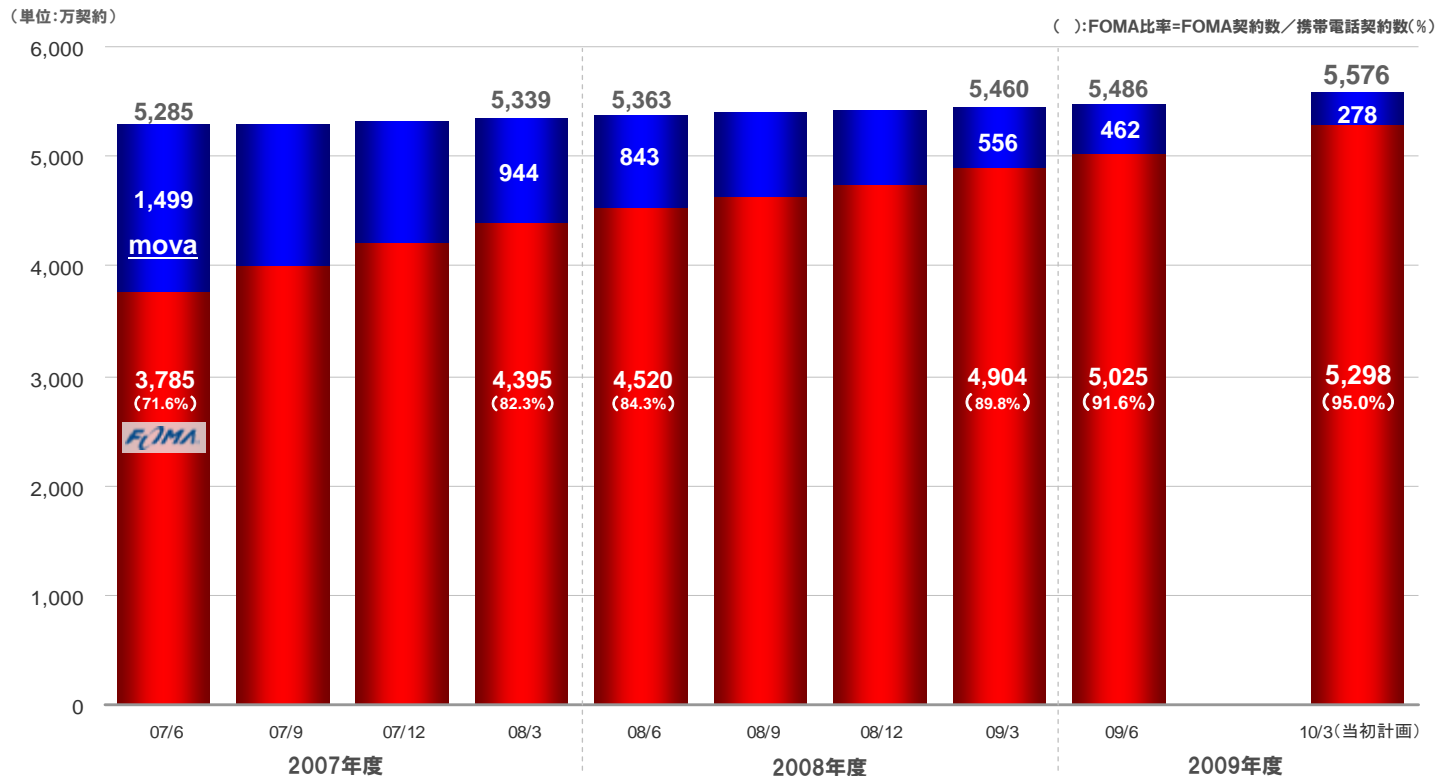
- 2009年度第1四半期のMOUは135分（前年同期比：-1.5%）



◆ MOUの定義および算定方法については、本資料の52頁「MOU・ARPUの定義および算出方法について」をご参照ください

FOMAへのマイグレーション

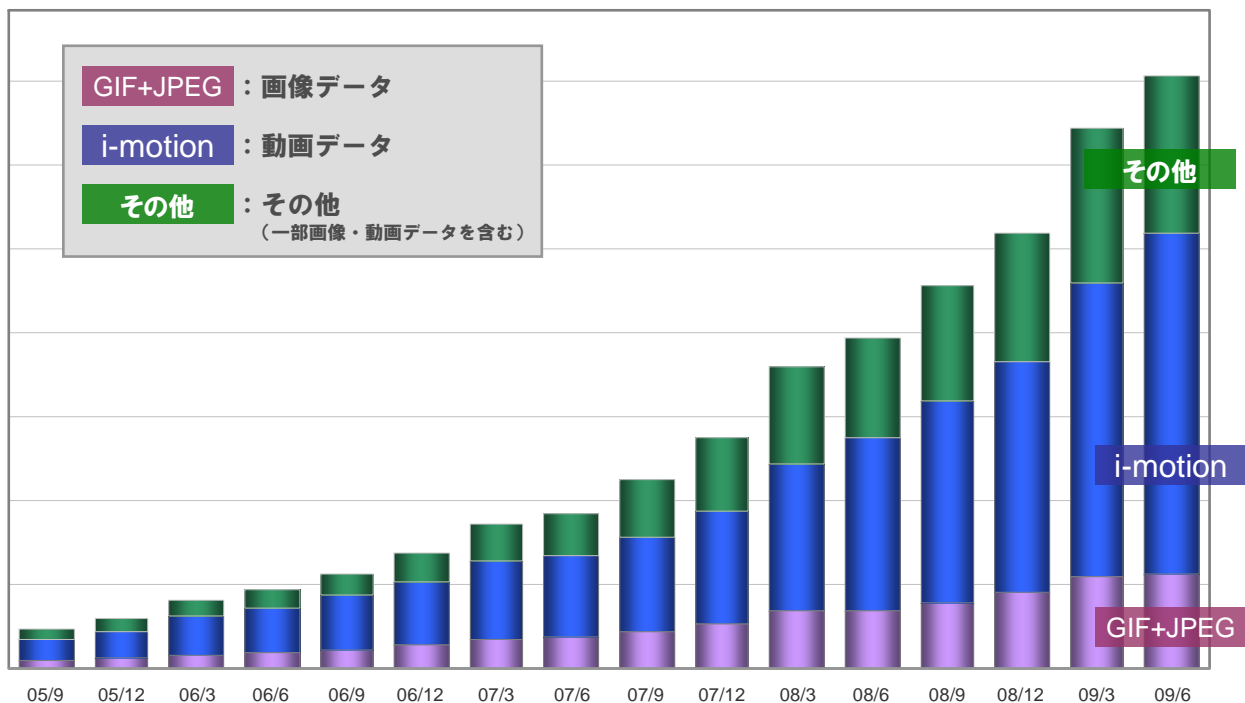
- 2009年度第1四半期の移行数は81万契約
- 2009年度末でのFOMA契約率95%を目指す



パケットトラヒック

・映像系コンテンツ利用の拡大が、定額制契約、パケットARPUの増加に貢献

データトラヒックの状況（FOMA）



クレジット事業

ドコモのクレジット事業領域

役割

ドコモでのサービス提供内容

ブランド事業

- ・ルールの策定
- ・プラットフォームの提供

iD

- ・ドコモが立ち上げた新たなクレジットブランド
- ・オープンなプラットフォーム



イシュア事業

- ・発行業務

DCMX

- ・利用限度額は20万円/月以上
- ・国際ブランドカードも発行
- ・リボ・キャッシング機能

DCMX

2006年6月下旬よりカード発行開始

DCMX mini

- ・かんたんケータイクレジット
- ・ケータイからの簡単な手続き
- ・携帯電話の利用料金と併せて支払い
- ・月1万円までならその場で利用可能に

DCMX mini™

2006年4月28日開始



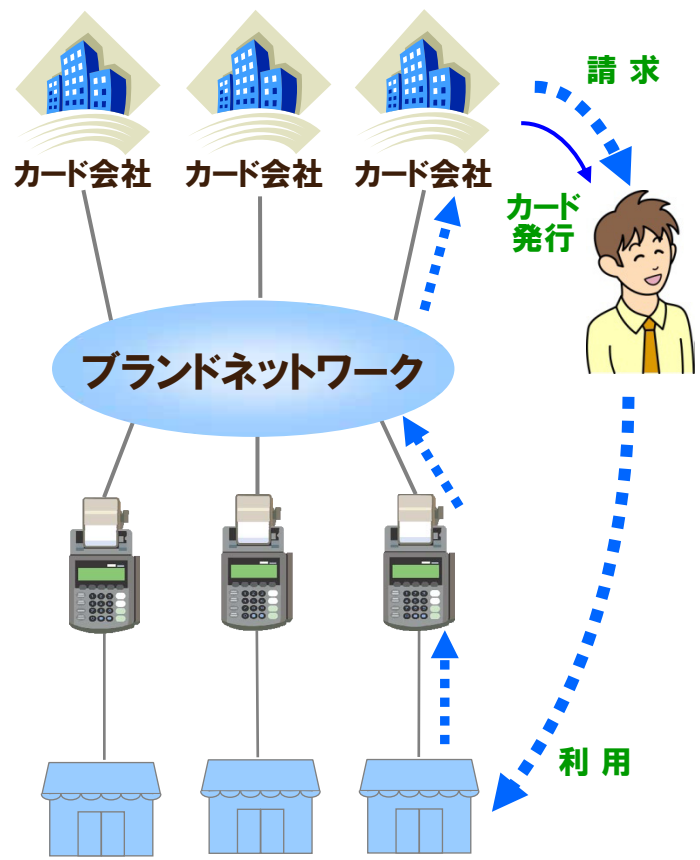
アクワイアラ事業

- ・加盟店開拓業務

- ・業務提携先（三井住友カード等）が加盟店開拓

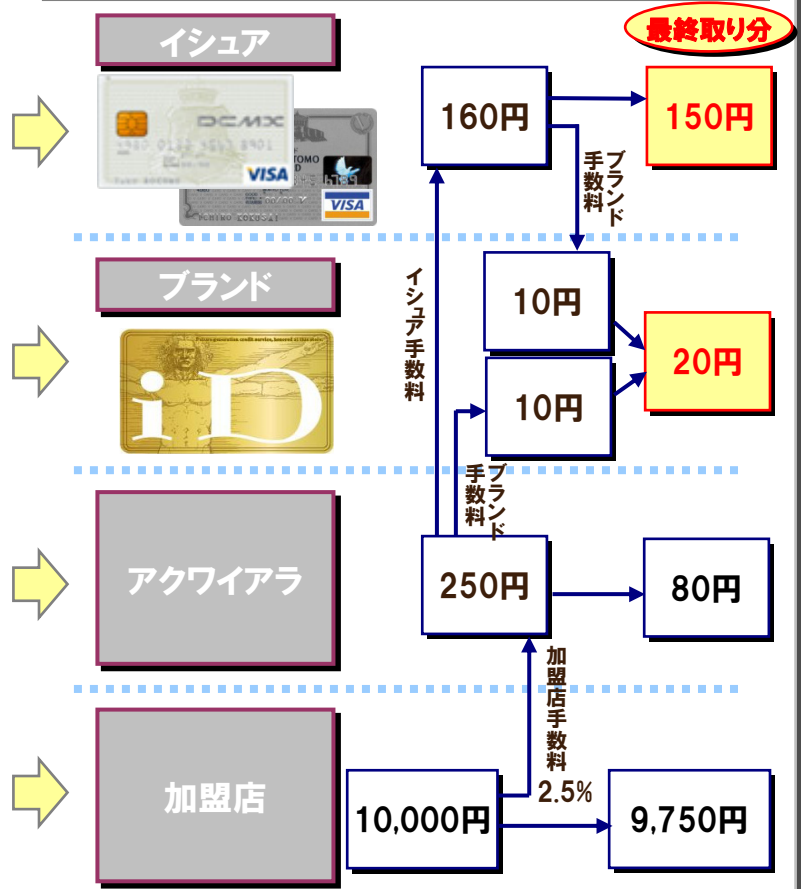
ケータイクレジットのビジネスモデル

各プレイヤーの関係図



お金の流れ(イメージ):

例)ユーザーが1万円の買い物をした場合



MOU・ARPUの定義および算出方法について

◆ MOU（Minutes of Use）：1契約当たり月間平均通話時間

◆ ARPU（Average monthly Revenue Per Unit）：1契約当たり月間平均収入

契約者1人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使われます。ARPUは無線通信サービス収入のうち各サービスの提供により得られる収入（毎月発生する基本料、通話料／通信料）を、当該サービスの稼働契約数で割って算出されます。従ってARPUの算定からは各月の平均的利用状況を表さない契約事務手数料などは除いています。こうして得られたARPUは各月のお客様の平均的な利用状況を把握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。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おります。

◆ 総合ARPU（FOMA+mova）：音声ARPU（FOMA+mova）+パケットARPU（FOMA+mova）

◇ 音声ARPU（FOMA+mova）＝

音声ARPU（FOMA+mova）関連収入（基本料、通話料）÷稼働契約数（FOMA+mova）

◇ パケットARPU（FOMA+mova）＝

[パケットARPU（FOMA）関連収入（基本料、通信料）+iモードARPU（mova）関連収入（基本料、通信料）]÷稼働契約数（FOMA+mova）

◇ iモードARPU（FOMA+mova）＝

iモードARPU（FOMA+mova）関連収入（基本料、通信料）÷稼働契約数（FOMA+mova）

◆ 総合ARPU（FOMA）：音声ARPU（FOMA）+パケットARPU（FOMA）

◇ 音声ARPU（FOMA）＝音声ARPU（FOMA）関連収入（基本料、通話料）÷稼働契約数（FOMA）

◇ パケットARPU（FOMA）＝パケットARPU（FOMA）関連収入（基本料、通信料）÷稼働契約数（FOMA）

◇ iモードARPU（FOMA）＝iモードARPU（FOMA）関連収入（基本料、通信料）÷稼働契約数（FOMA）

◆ 総合ARPU（mova）：音声ARPU（mova）+iモードARPU（mova）

◇ 音声ARPU（mova）＝音声ARPU（mova）関連収入（基本料、通話料）÷稼働契約数（mova）

◇ iモードARPU（mova）＝iモードARPU（mova）関連収入（基本料、通信料）÷稼働契約数（mova）

◆ ARPU、MOU算出時の稼働契約数は以下の通り

◇ 四半期：当四半期の「各月稼働契約数」*の合計

◇ 半期：半期の「各月稼働契約数」*の合計

◇ 通期：当年度の「各月稼働契約数」*の合計

*「各月稼働契約数」：（前月末契約数 + 当該月末契約数）÷ 2

※ 通信モジュールサービスは、ARPU及びMOUの算定上、収入、契約数ともに含めておりません

財務指標(連結)の調整表

1. EBITDA、EBITDAマージン

(単位：億円、%)

	平成21年3月期 第1四半期	平成22年3月期 第1四半期
a. EBITDA	4,697	4,264
減価償却費	△ 1,685	△ 1,690
有形固定資産売却・除却損	△ 47	△ 56
営業利益	2,965	2,518
営業外損益(△費用)	△ 81	△ 44
法人税等	△ 1,180	△ 1,002
持分法による投資損益(△損失)	31	8
控除：非支配持分に帰属する四半期純利益	△ 0	△ 7
b. 当社に帰属する四半期純利益	1,735	1,474
c. 営業収益	11,702	10,848
EBITDAマージン (=a/c)	40.1%	39.3%
売上高四半期純利益率 (=b/c)	14.8%	13.6%

(注) 当社が使用しているEBITDA及びEBITDAマージンは、米国証券取引委員会(SEC)レギュレーション S-K Item10(e)で用いられているものとは異なっております。従って、他社が用いる同様の指標とは比較できないことがあります。

2. フリー・キャッシュ・フロー(資金運用に伴う増減除く)

(単位：億円)

	平成21年3月期 第1四半期	平成22年3月期 第1四半期
フリー・キャッシュ・フロー(資金運用に伴う増減除く)	△ 1,056	△ 908
資金運用に伴う増減(注)	504	32
フリー・キャッシュ・フロー	△ 552	△ 876
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,904	△ 2,422
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,353	1,545

(注) 資金運用に伴う増減とは、期間3ヵ月超の資金運用を目的とした金融商品の取得、償還及び売却による増減です。



^{NTT}
docomo