

事業概況

CFOによる財務レビュー

営業収益

2013年3月期は、スマートフォンの普及を背景に国内同業他社との厳しい競争が続きました。当社は、ドコモならではの製品とサービスの提供、新領域事業の拡大に注力するとともに、構造改革に取り組み、競争力の強化に努めました。この結果、2013年3月期の営業収益は前期比2,301億円増(同5.4%増)の4兆4,701億円となりました。

モバイル通信サービス¹のうちパケット通信収入は、スマートフォン利用者の拡大及びXiサービス契約者の増加によって前期比1,093億円の増(同6.1%増)となりました。しかし、「月々サポート」²の拡大による1,980億円の減収影響や、課金MOUの低下などによる音声収入の減少(前期比2,673億円減、同17.3%減)により、モバイル通信サービス収入全体では前期比1,580億円減(同4.8%減)の3兆1,685億円となりました。

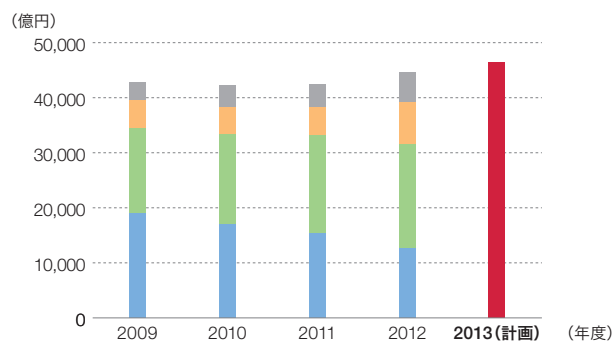
端末機器販売については、卸売単価及び卸売販売数の増加に伴い、前期比2,592億円増(同52.0%増)の7,581億円と伸長しました。また、新領域事業の順調な拡大により、その他の営業収入は前期比1,289億円増(同31.1%増)の5,436億円となりました。

営業費用及び営業利益

営業費用は、前期比2,674億円増(同7.9%増)の3兆6,329億円となりました。これは主に、端末機器の仕入単価の上昇や、販売数の増加に伴う代理店手数料、端末機器原価の増加など、販売費用が956億円増加したことに加え、新領域事業の拡大などに伴い、その他費用が1,324億円増加したことによります。

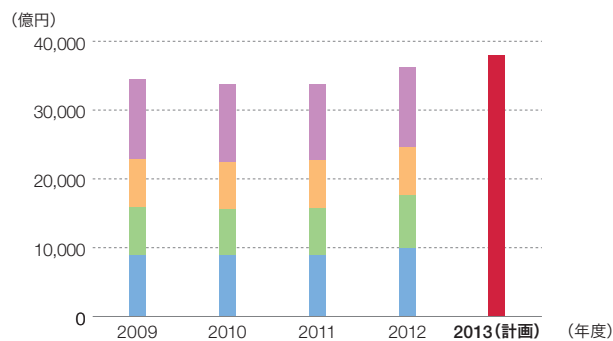
この結果、営業利益は前期比373億円減(同4.3%減)の8,372億円となりました。また、当社は利益性の観点からEBITDAマージン35%以上の維持・継続を目標としています。2013年3月期のEBITDAは前期比140億円減の1兆5,693億円、EBITDAマージンは同2.2ポイント減の35.1%にそれぞれなりました。

営業収益

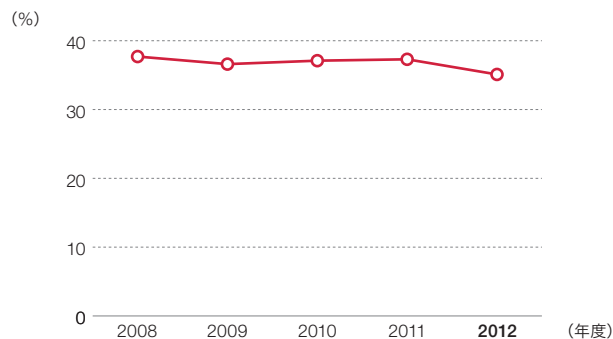


* 2013年3月期において、従来パケット通信収入に含めていた収入の一部(コンテンツ関連収入等)をその他の営業収入に計上しています。それに伴い、2010年3月期以降のパケット通信収入額を組み替えています。

営業費用



EBITDAマージン



1 当社グループの新領域における取り組みの拡大に伴い、連結損益計算書における営業収益の表示方法を変更しています。「無線通信サービス」に含まれていた収入の一部を「その他の営業収入」として表示し、「無線通信サービス」を「モバイル通信サービス」として表示しています。
2 お客様が所有する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料金システム。



代表取締役副社長
(CFO)
坪内 和人

財政状態

2013年3月期末における総資産は前期末比2,807億円増(同4.0%増)の7兆2,288億円となりました。これは、市場性のある有価証券及びその他の投資の増加などにより投資その他の資産が増加したことによります。

2013年3月期末における負債は、流動負債、固定負債とも減少した結果、前期末比802億円減(同4.4%減)の1兆7,592億円、うち有利子負債は前期末比29億円減(同1.1%減)の2,538億円となりました。

また、当社は投下資本の効率性の観点からROCEを重要な経営指標とし、20%以上の達成を目標としています。2013年3月期の税引前ROCE及び税引後ROCEは、それぞれ前期比1.3ポイント減の15.2%、0.4ポイント減の9.4%となりました。

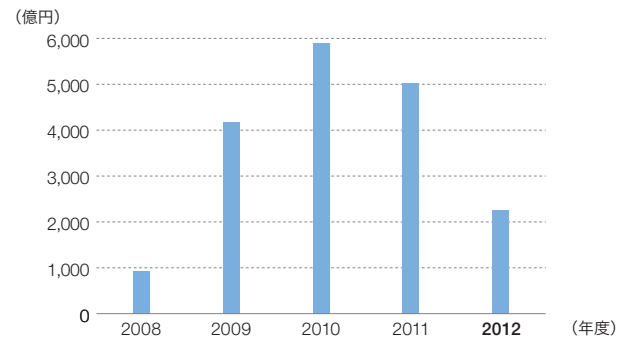
なお、当社の債務はStandard & Poor's社よりAA、Moody's社からはAa2の格付けを取得しており、世界の通信事業者のなかでも最高位の安定度が評価されています。

キャッシュ・フロー

2013年3月期における営業活動によるキャッシュ・フローは、前期比1,782億円減(同16.0%減)の9,324億円の収入となりました。これは、お客様による携帯端末代金の分割払いに伴う立替払いが増加したことなどによります。投資活動によるキャッシュ・フローは、期間3ヵ月超の資金運用に伴う短期投資による支出が減少したことなどから、前期比2,727億円の支出減(同28.0%減)の7,019億円の支出となりました。また、財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入債務の返済による支出が897億円減少したことなどにより、前期比1,176億円の支出減(同31.1%減)の2,610億円の支出となりました。

2013年3月期におけるフリー・キャッシュ・フロー³は、前期比2,779億円減(同55.2%減)の2,256億円となりました。

フリー・キャッシュ・フロー



2014年3月期の見通し

2014年3月期は、2013年3月期比で増収増益を見込んでいます。

月々サポートによる減収影響はあるものの、端末・ネットワーク・サービスにおける施策展開の「集中」により、好調なスマートフォン販売を加速させ、パケット通信収入、端末機器販売収入の増加を目指します。また、dマーケットの拡大など新領域事業の促進により、その他の営業収入の増加も見込んでおり、営業収益全体では2013年3月期比1,699億円

増の4兆6,400億円を目指します。

営業費用はスマートフォン販売数の増加に伴う端末機器原価の増加や新領域事業の推進により全体としては増加するものの、構造改革によるコスト効率化を更に推進し、2013年3月期比1,671億円増の3兆8,000億円を見込んでいます。以上により、営業利益は2013年3月期比28億円増の8,400億円を目指します。

³ フリー・キャッシュ・フローの算定に当たっては、期末日が金融機関の休業日であったことによる電話料金未回収影響額、NTTファイナンス株式会社への電話料金の債権譲渡による電話料金未回収影響額、及び期間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を除いています。

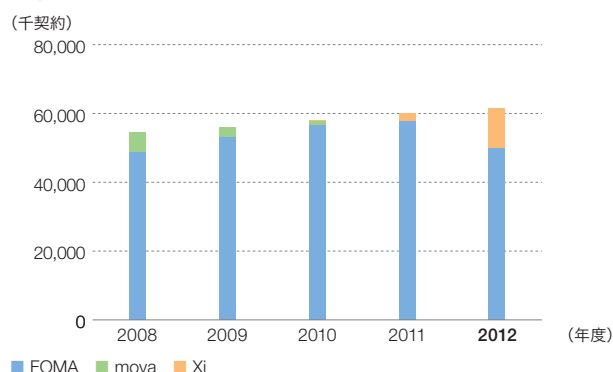
2013年3月期の事業指標

契約数

2013年3月期は、前期に引き続きXiサービスの拡大を中心にスマートフォンユーザー基盤の強化に努めました。2012年3月期末時点における携帯電話契約数は、前期末比141万契約増の6,154万契約となりました。このうちスマートフォン利用者は前期末比87%増の約1,870万契約となりました。

Xiサービスの契約数は2013年3月期末において前期比5.2倍の1,157万契約と急伸し、スマートフォン利用者のうち約6割を占めるまでに拡大しました。Xiの累計契約数は2013年4月20日時点で1,200万契約を突破し、今後の成長に向けたスマートフォンユーザー基盤の構築が着実に進捗しています。

契約数

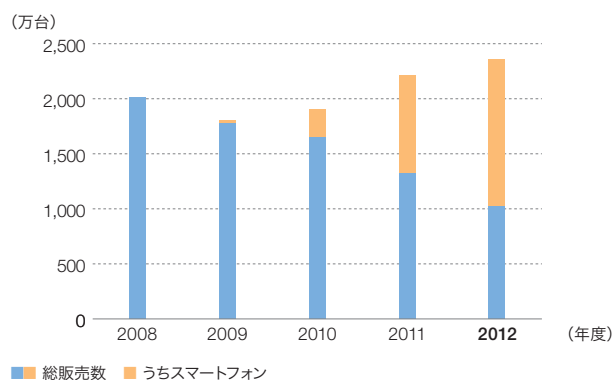


販売数

2013年3月期は、スマートフォンを中心に、競争力のある機種を徹底的に訴求する販売戦略を展開しました。2013年2月に発売した「一押し」機種Xperia™ Zは、発売2.5ヵ月で約63万台の出荷となったほか、家電量販店携帯電話販売ランキングで6週間連続1位となり高い評価を獲得、今後の販売機種数の絞り込みに向けた手ごたえを得ることができました。

同時に、スマートフォンのライトユーザー向けに低料金の定額パケット通信プランの提供、家族・学生・長期利用者への端末割引キャンペーンなどを実施しました。こうした施策が奏功し、当期におけるスマートフォンの販売台数は前期比50.7%増の1,329万台となりました。

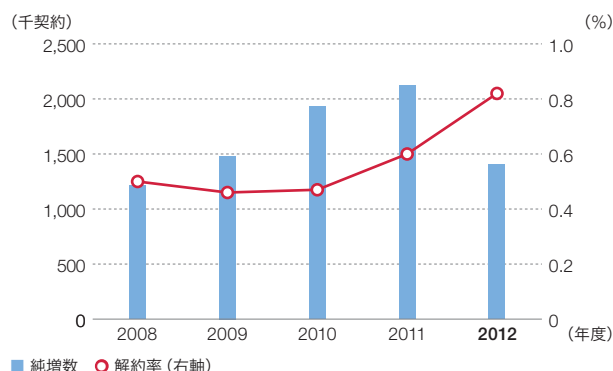
携帯電話総販売数



MNPと純増数

スマートフォン販売数が順調に拡大した一方で、2013年3月期末における解約率は、前期比0.22ポイント上昇し0.82%となりました。競合他社が人気機種の新型機を販売したことや、固定電話回線とのセット割引販売を展開した影響を受け、MNPの転出数が増加しました。競争対抗機種として当社が発売した「一押し」機種が好評を得た結果、第4四半期以降MNPの転入が増加したものの、純増数は期初に掲げた目標には届かず140.7万契約に留まりました。

純増数／解約率



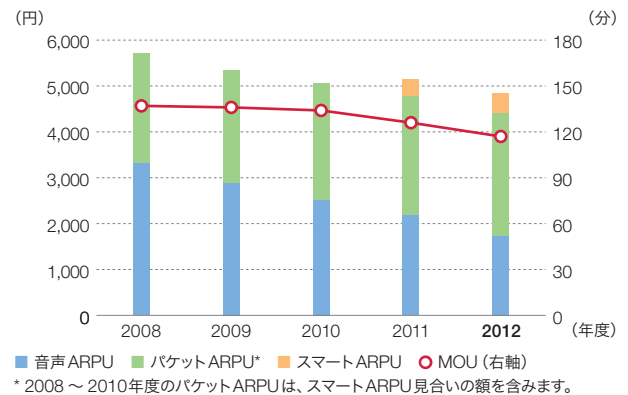
ARPUとMOU

2013年3月期の総合ARPUは、音声ARPUの低下をパケットARPUとスマートARPUが補うには至らず、前期比5.8%減の4,840円となりました。総合ARPUのうち、新領域における収入の指標として新たに創設したスマートARPUが、前期比20%増の420円と順調に伸長したことに加え、パケットARPUも前期比3.9%増の2,690円となりました。しかし、スマートフォン普及によるVoIP利用者の増加や、音声通信利用からデータ通信利用へのシフトといった顧客の利用動向の変化が、音声ARPUの低下につながり、前期比21.4%減の1,730円となりました。

2013年3月期の総合ARPUへの「月々サポート」によるマイナス影響については、2011年3月に導入した同施策の適用期間が最大24ヵ月であることや、利用者数が増加していることなどから、2011年度の60円から増加し、340円となりました。

MOUについては前期比7.1%減の117分となり、短縮傾向が続いています。

ARPU / MOU



お客様満足度

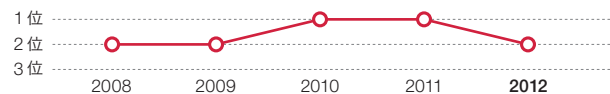
当社は、Xiエリアの拡大や、dメニューやdマーケットをはじめとしたクラウドサービスの充実を通じ、ドコモならではの製品・サービスを提供することを目指しています。一方で、通信障害の発生やXiのスループット低下などがお客様の満足度に極めて大きな影響を及ぼしていることを認識しており、こうした課題の抜本的な解決に努めています。

2013年3月期は、MNPによる転出が続いたことに加え、J.D. パワー アジア・パシフィック社が実施した携帯電話サービスにおける顧客満足度調査⁴において前年度まで2年連続受賞

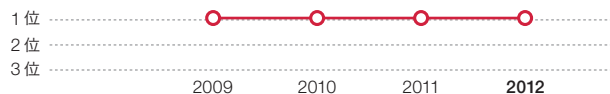
していた1位を今年度は受賞できなかったことを重く受け止め、お客様満足度の向上を重要課題と設定しました。具体的には、全社的なお客様満足度向上プロジェクトチームを立ち上げ、端末、通信品質、サービスなど各側面におけるお客様ニーズへの対応を徹底しています (P22-25参照)。

同じくJ.D. パワー アジア・パシフィック社による法人向け携帯電話・PHSサービスの顧客満足度調査⁵においては、4年連続1位を受賞しており、引き続きサービス品質の向上を図る方針です。

J.D. パワー アジア・パシフィック 日本個人向け携帯電話サービス顧客満足度調査



J.D. パワー アジア・パシフィック 日本法人向け携帯電話・PHSサービス顧客満足度調査



4 J.D. パワー アジア・パシフィック 2008～2012年 日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM。日本国内在住の携帯電話利用者 計31,200名からの回答による japan.jdpower.com

5 J.D. パワー アジア・パシフィック 2009～2012年 日本法人向け携帯電話・PHSサービス顧客満足度調査SM。

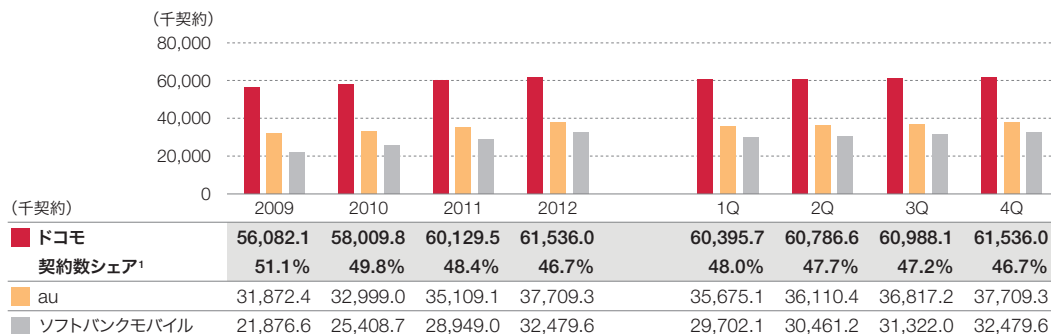
携帯電話・PHSサービスを提供する事業者に関して従業員100名以上の企業2,764社からの3,646件の回答を得た2012年調査結果による(1社につき最大2携帯電話・PHS事業者の評価を取得)。

事業データ

携帯電話契約数

(年度/四半期)

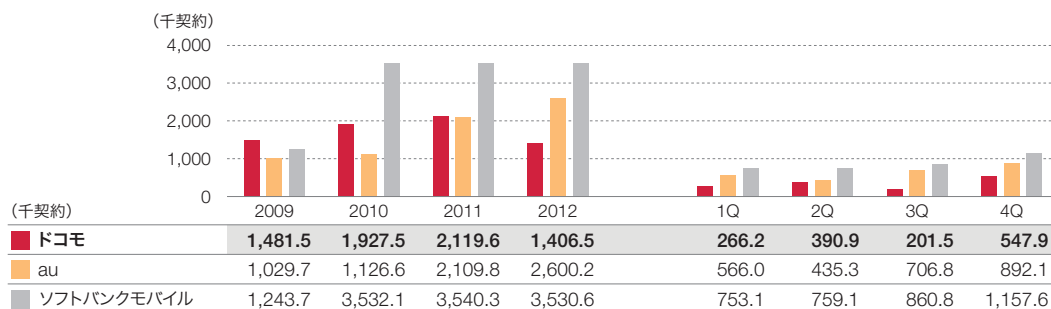
出典：(社)電気通信事業者協会



純増数

(年度/四半期)

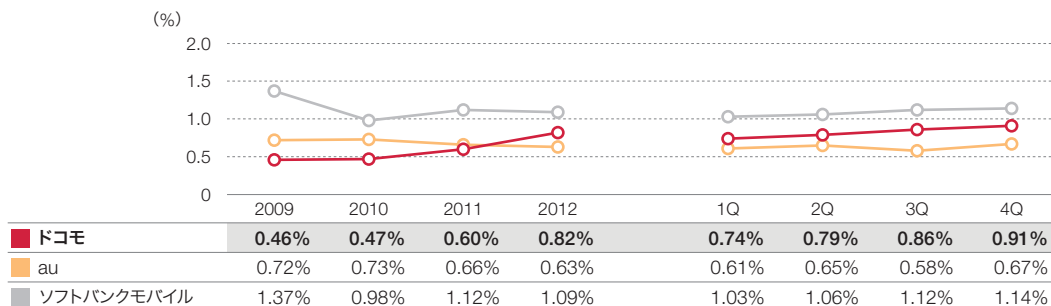
出典：(社)電気通信事業者協会



解約率

(年度/四半期)

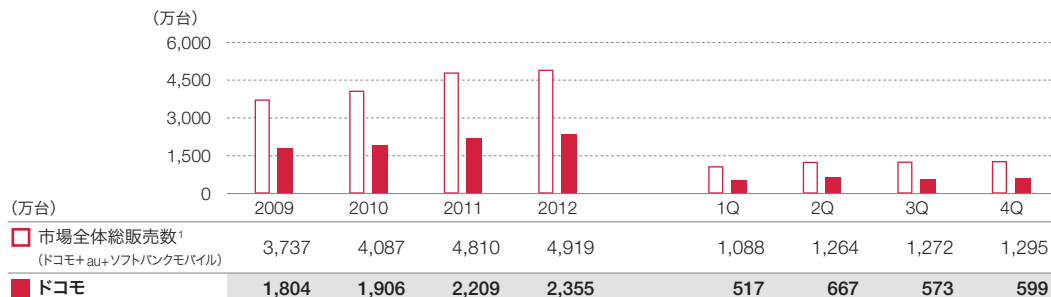
出典：各社発表の数値による。



携帯電話販売数

(年度/四半期)

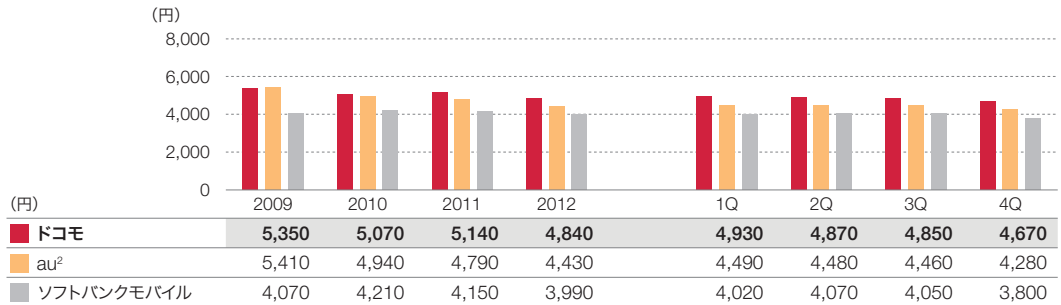
出典：各社発表の数値による。



総合ARPU³

(年度/四半期)

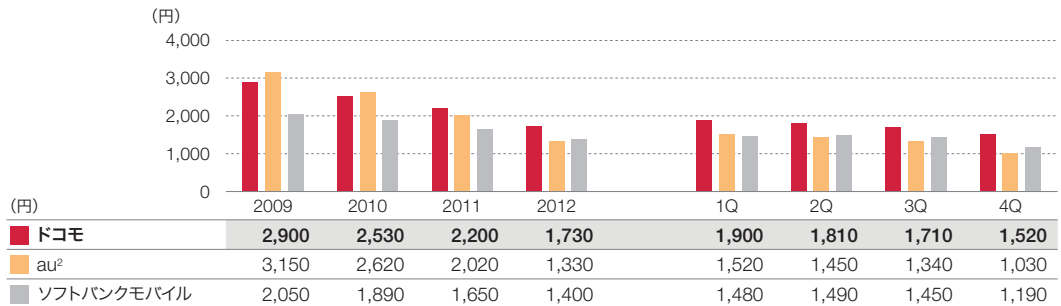
出典：各社発表の数値による。



音声ARPU

(年度/四半期)

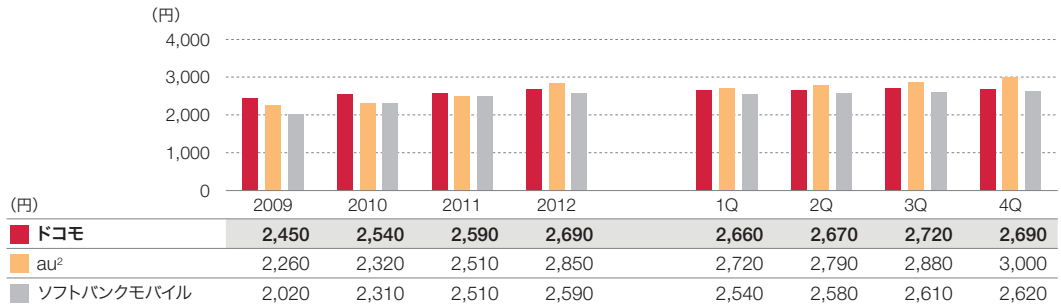
出典：各社発表の数値による。



パケットARPU^{3,4}

(年度/四半期)

出典：各社発表の数値による。



ドコモのARPU・MOUの定義及び算定方法等

ARPU・MOUの定義

(1) ARPU (Average monthly Revenue Per Unit)：1契約当たり月間平均収入
1契約当たり月間平均収入 (ARPU) は、1契約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るために使われています。ARPUはモバイル通信サービス及びその他の営業収入の一部を、当該期間の稼働契約数で割って算出されています。こうして得られたARPUは1契約当たりの各月の平均的な利用状況及び当社による料金設定変更の影響を分析するうえ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。

(2) MOU (Minutes of Use)：1契約当たり月間平均通話時間

ARPUの算定式

総合ARPU：音声ARPU+パケットARPU+スマートARPU

- ・音声ARPU：音声ARPU関連収入（基本使用料、通話料）÷稼働契約数
- ・パケットARPU：パケットARPU関連収入（月額定額料、通信料）÷稼働契約数
- ・スマートARPU：その他の営業収入の一部（コンテンツ関連収入、料金回収代行手数料、端末補償サービス収入、広告収入等）÷稼働契約数

稼働契約数の算出方法

ARPU及びMOUを求める際の稼働契約数の算出方法は以下のとおりです。
当該期間の各月稼働契約数（(前月末契約数+当月末契約数)÷2）の合計

(注) 通信モジュールサービス及び電話番号保管、メールアドレス保管サービスは、ARPU及びMOUの算定上、収入、契約数ともに含めておりません。

- 1 イーモバイルを含まない数値
 - 2 パーソナルセグメント及びバリューセグメント
 - 3 2012年度にスマートARPUを創設したことに伴い、2011年度及び2012年度の総合ARPUにはスマートARPUを含みます。また、同年度の従来パケットARPUに含めていた要素の一部（コンテンツ関連収入等）をスマートARPUに組み替えて算出しています。auについても、2011年度及び2012年度の総合ARPUには付加価値ARPUを含みます。
 - 4 各社呼称が異なります。
- * ドコモ以外の会社のARPU、MOU等の定義は、ドコモのものと異なる可能性があります。