

主な取り組み

ネットワーク・料金

スマートフォンやタブレットの増加に伴う通信トラフィックの急増に対応し、通信品質の安定に努めながら高速通信を追求しています。また、ユーザーの多様化に応えるきめ細かな料金プランを設定し、お客様満足度の向上とLTE Xi契約数の継続的な増加を目指しています。

2013年3月期の成果

Xiサービス展開の加速

当社は、2010年12月に日本の通信事業者として最初にLTE¹サービスを開始して以来、お客様に快適にご利用いただけるようサービスエリアの拡大とともに通信速度や通信品質の向上といったネットワーク環境の充実を図っています。国内競合他社の一歩先を行くサービスを提供することで、お客様の満足度向上と支持拡大を目指しています。

サービスエリアについては、当期末の基地局数は前期比17,400局増の24,400局、人口カバー率²は前期比47ポイントアップの77%に達しました。多数の人が行き来する空港や主要駅、大規模商業施設でのつながりやすさ向上に注力した結果、全国53空港及び新幹線8路線97駅の全駅においてLTE「Xi」が利用可能になりました。今後もお客様の利用ニーズ

にお応えし、充実したXiエリアの拡大を進めていきます。

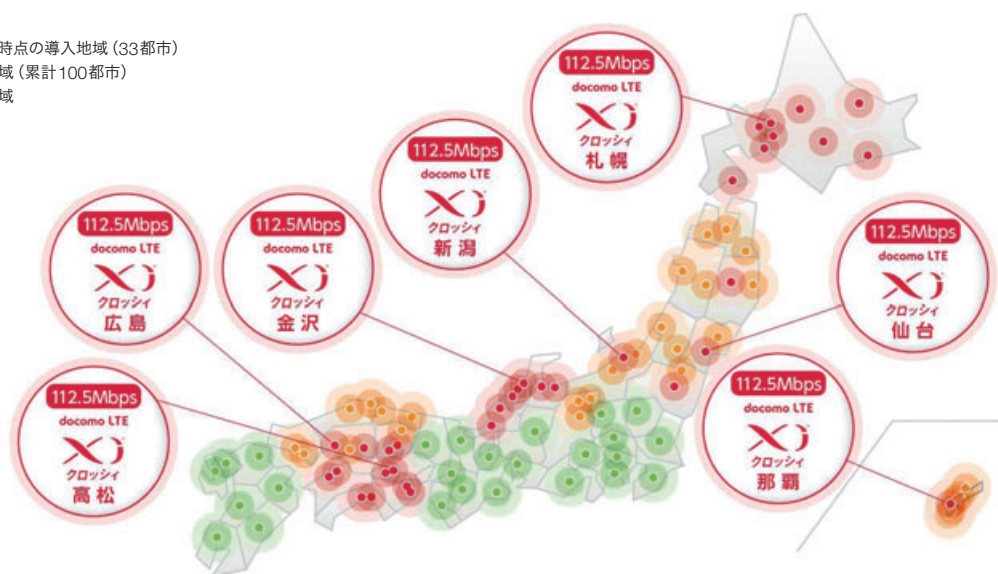
通信速度に関しては、受信時最大75Mbps対応基地局の設置計画を前倒しし、当期末6,800局となりました。2013年6月には17,000局に拡大しました。また同6月には全国130都市以上で国内最速である受信時最大112.5Mbpsを実現しました。更に、2013年度中には受信時最大150Mbpsを実現する予定です。

1 LTE：動画視聴やクラウドサービスなど、スマートフォンならではの機能を快適に利用できる環境を提供する高速通信規格。2013年4月現在、世界67カ国で163の商用ネットワークが導入されている。ドコモは「Xi」（クロッシィ）というブランド名でこのサービスを提供している。

2 人口カバー率：自治体区域内のすべての市町村事務所（役所・役場・支所・出張所）がエリア化されている市区町村の総人口÷国内総人口

112.5Mbpsのサービス拡大イメージ

- 2013年3月31日時点の導入地域（33都市）
- 2013年春導入地域（累計100都市）
- 2014年春導入地域



Wi-Fi利用の推進

スマートフォンやタブレットなどの利用が拡大するに従い、通信トラフィックが急増しています。ドコモは、Wi-Fiエリアの拡大及び利用促進を行い、データオフロードによって通信トラフィックを分散し、お客様にとってより快適な環境づくりを進めています。また、自宅内でのWi-Fi利用を促進することで、ネットワークやデバイスによらない自由な通信環境をお届けし、ドコモクラウド等のサービス利用の拡大へとつなげていきます。

公衆Wi-Fiに関しては、通信トラフィックが集中する鉄道駅、カフェ、コンビニエンスストアを中心に、飲食店チェーン、居酒屋チェーンでもエリアを拡大しており、2012年度末の

Wi-Fiアクセスポイント数は約12万ヵ所となりました。また、公衆Wi-Fiを永年無料で利用できるキャンペーン*や宅内Wi-Fiルーターの無料レンタル*も行っています。こうした取り組みにより、データ通信量の多いお客様から、これまでWi-Fiを使ったことがないお客様まで幅広く利用を促す方針です。

*当社指定のポケット定額サービスまたはデータ通信専用プランをご契約のお客様が対象



料金戦略

Xi契約数は期初の想定を上回るペースで増加し、2012年度末の契約数は1,100万件となりました。この進捗を踏まえ、2015年度末の契約数目標を中期ビジョン発表時の3,000万件から上方修正し、4,100万件へと引き上げました。Xi契約の急拡大は、端末ラインナップの充実（P41参照）に加え、端末割引キャンペーンの展開によるお客様への訴求が奏功したものです。ファミリー割引加入のご家族が、端末を同時購入すると割引が受けられる「ドコモの家族セット割」や、Xiスマートフォンを購入したお客様の月々の基本使用料相当額を一定期間割引くキャンペーンが、契約数増加の起爆剤となりました。

また、ドコモユーザーへの国内通話が24時間定額になるサービスや、動画などリッチコンテンツを日常的には利用しないお客様向けに、高速通信でのデータ量上限を3GB/月とし

た低料金の定額パケット通信サービス、「Xiパケ・ホーダイ ライト」も、Xiユーザーの裾野拡大に貢献しました。更に、2台目の端末に対する需要を喚起するため、ドコモの携帯電話を既に利用しているお客様がタブレットやWi-Fiルーターなどの2台目の契約をした場合、利用料金が低廉になる割引キャンペーンも展開しています。

こうした取り組みにより、スマートフォンのユーザー基盤は順調に拡大しています。今後、Xiユーザーの拡大に伴うニーズの多様化によって、お客様のプロフィールや利用パターンの分析を踏まえた料金設定の重要性が高まっていきます。当社では、端末販売価格と通信料金のバランスを取りながら、お客様にとって使いやすく、同時に、収益性を損なわない仕組みの構築に努めています。

Xiトーク24

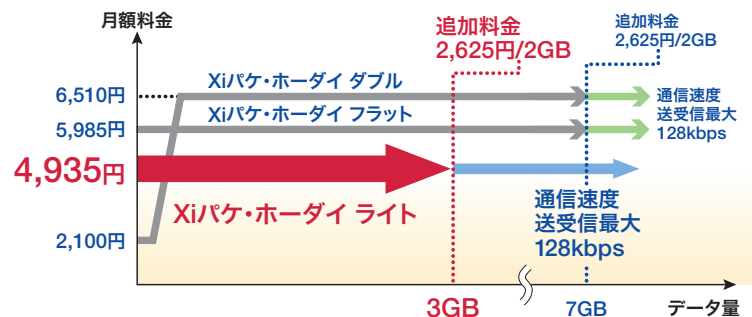
料金プラン
タイプXi にねん
780円/月
通話料21円/30秒

+

ドコモご契約者への
音声通話定額サービス
“Xiカケ・ホーダイ”
700円/月

1,480円/月

ドコモ同士（相手先がFOMAも含む）の国内音声通話
24時間いつでも定額



次の一手

LTE-Advanced

LTE-Advancedとは、現在世界中で導入が進んでいるLTEを拡張・発展させた次世代の高速通信規格である、第4世代移動通信システムです。LTEとの互換性を保ちながら、複数の周波数を束ねる技術（キャリアアグリゲーション）、小型基地局を用いて無線容量を増大させる技術（スモールセル）などを活用し、更なる大容量化・高速化を実現することから、限られた資源である周波数の利用効率の向上が期待できます。

ドコモは、LTE-Advancedのキャリアアグリゲーション技術を活用して、広域エリアをカバーするマクロセルと局所的

なエリアをカバーするスモールセルを高度に連携させる新たなネットワークアーキテクチャ「高度化C-RANアーキテクチャ」を提唱し、2015年のサービス開始を目指して「高度化C-RANアーキテクチャ」を実現する高密度基地局装置の開発を開始しました。また、LTEの特許数においても通信事業者として世界No.1の実績を誇ります（P8参照）。LTE-Advancedの国際標準化における議論にも積極的に参加しており、移動体通信技術の技術発展に貢献しています。

社会的価値の創出

大規模災害への備え

2011年3月に発生した東日本大震災以来、社会インフラとしての携帯電話の重要性に対する認識が社会に広まりました。当社においても、災害発生時など非常時に通信を途切れさせない、また、途切れた通信を一刻も早く復旧させるなど、人と人を結ぶ通信・コミュニケーションを確保するという社会インフラとしてのドコモの「使命」を改めて確認する契機となりました。以来当社は、人口密集地や行政機関の所在地における大ゾーン基地局の設置など重要エリアにおける通信の確保、被災エリアへの迅速な対応、及び災害時におけるお客様の通信手段の確保と利便性向上のため災害対策に取り組んできました。



グリーン基地局

更に2012年度は、スマートフォン向けデータセンター及び情報システムの分散化のため、バックアップセンターを構築し運用を開始しました。ネットワーク設備を監視するオペレーションセンターについても東日本と西日本の2拠点間にて瞬時に切り替えが可能なシステムを導入し、相互の代行監視体制を強化しました。また、災害時などにおける長期停電対策のため、基地局の非常用電源として従来設備よりも軽量かつ省スペースで長時間利用できるメタノール型燃料電池の導入にも取り組んでいます。

2013年度は、この燃料電池を順次導入するほか、ソーラーパネルやリチウムイオン電池によって、災害時の日中の電力を確保できるグリーン基地局³についてもフィールド試験を進める計画です。また、災害時などに発生する膨大な量の通信や、増大するスマートフォンの通信による通信混雑を緩和し、よりつながりやすくするためのネットワーク仮想化技術の研究開発に取り組めます。

³ グリーン基地局：ソーラーパネル、風力発電、バイオ系燃料電池などのエコ発電機器や、長時間の電力バックアップを実現する大容量リチウムイオン電池、ニッケル水素電池などを取り入れた、環境にやさしく、災害にも強い携帯電話基地局。

端末

ユーザーの嗜好の変化や、OS・端末の開発スピードの加速に合わせ、新機種の発売タイミングに柔軟性を持たせるとともに、戦略機種の開発と販売に資源を集中し、競争力の強化を図っています。

2013年3月期の成果

端末の競争力強化

当期の携帯電話総販売数は、前期比6.6%増の2,355万台、うちスマートフォン販売数は前期比50.7%増の1,329万台となりました（P32参照）。

当期は、4回の新機種発表会を行い、計50機種を発売しました。Xi利用者数の拡大に合わせ、端末ラインナップのメインをXiスマートフォンへとシフトさせるとともに、スマートフォンの課題である大量の消費電力に対応した大容量バッテリーの実現や、高精細表示・高速処理を可能とするフルHDディスプレイ、クアッドコアCPUの導入など、スマートフォンならではの

のサービスをより楽しんでいただける工夫をしました。発表回数・機種数の増加は、スマートフォンのシェア拡大とともにユーザーの嗜好が多様化したこと、また、OSや端末の開発スピードが加速していることを踏まえ、より機動的に新機種発表を行ったことによります。

これまで当社は、魅力ある機種を幅広くラインナップする施策を展開してきましたが、当期は新規発売機種の中から戦略機種を「一押し」として紹介しました。具体的には、クラウドサービスをはじめ様々な機能を快適に使いこなすための性能を備えたスマートフォン「Xperia™ Z」を、また10インチタブレット「Xperia™ Tablet Z」を自信作として打ち出しました。これは、高い競争力を持つ最先端機種を明確に提示することで、ユーザーの関心喚起を狙ったものです。その一方で、初めてスマートフォンを持つ方にも使いやすい端末ラインナップも開発し、スマートフォンのユーザー層の拡大にも対応しています（P42「社会的価値の創出」コラム参照）。



Xperia™ Z



Xperia™ Tablet Z

次の一手

2013年夏モデルの特徴

当社は、2013年度の新ラインナップとして、5月以降スマートフォン・タブレット11機種を順次投入しました。全機種がクアッドコアCPU、2000mAh以上のバッテリーを搭載し、スムーズな操作感と実使用時間45時間を実現しました。また、画面に触れずに操作できる新機能「ホバー」を4機種に搭載しています。なかでも「GALAXY S4」と「Xperia™ A（エース）」の2機種を、当社が自信を持ってお勧めできる「ツートップ」として集中的に販売しています。

「GALAXY S4」は世界初となるフルHDの有機ELディスプレイ*を搭載し、動画再生中に視線を外すと一時停止する機能など最先端機能を搭載しました。「Xperia™ A」はスリープモードからすぐに撮影できるクイック起動機能を持つ約1,310万画素のカメラを搭載しています。更に「ツートップ」の機種に限り、



GALAXY S4



Xperia™ A

* 2013年4月1日Samsung電子調べ

初めてスマートフォンを利用する方や、10年以上継続してドコモと契約していただいている方向けに割引を実施し、商品力の強い2機種を通じたスマートフォンへの移行、長期利用者への優遇を図っています。

今後も当社は、お奨めの機種を絞ることで、「端末の種類が多すぎてどの機種を選べばよいのか分からない」といった

端末ラインナップの選択と集中

今後は競争力を高めるため、ラインナップの選択と集中を行います。主力機種へリソースを集中し、商品力の強化と店頭訴求力の向上を目指します。一方で、シニア向け・お子様向けなど、ユーザーのニーズが高い商品も継続して提供します

ユーザーの声に明確に応えます。また、お客様にとって更に分かりやすく、選びやすくするという観点から、端末シリーズを大幅に見直しました。新しいシリーズでは、「ドコモ スマートフォン」「ドコモ タブレット」「ドコモ ケータイ」「ドコモ キッズ・ジュニア」「ドコモ らくらくホン」の5つのカテゴリーに販売中の機種を分類しています。

(下記「社会的価値の創出」コラム参照)。ユーザーのニーズに合った端末をより効率的に、調達コストを抑制しながら開発し、最適なラインナップとすることを目指したものです。2013年度から、この新方針のもとで新機種の開発を推進します。

社会的価値の創出

多様なユーザーのニーズに応える

スマートフォンが普及し、生活を便利に楽しくするコンテンツが充実するに従い、「操作が簡単な端末がほしい」「料金の心配をせずに使いたい」というニーズが、シニア層を中心に増えてきました。機能のシンプルさや安全なコンテンツ、通信料金に関する要望は、子供にスマートフォンを持たせることを検討している保護者からも聞かれます。こうしたニーズに応え、ドコモは2012年度、使いやすさを重視したシニア向けの「らくらくスマートフォン」、安心・安全を重視したジュニア向けの「スマートフォン for ジュニア」を相次いで開発・発売しました。

シニア向け「らくらくスマートフォン」は、大画面のタッチパネルや受話音声の聞き取りやすさなど、シニア層が求める性能を追求しながら、インターネットやアプリといったスマートフォンならではの機能が簡単に使える操作性も持たせました。ジュニア向けスマートフォンについては、9歳から12歳ごろの年齢層を主なターゲットとして、電話・メールの相手を電話帳登録者に制限する機能や、アプリケーションのダウンロードや利用を制限する機能を搭載。スマート

フォンの利用に伴うリスクを保護者が管理する機能と、楽しく学ぶためのアプリやコンテンツを充実させました。

端末の開発に加え、安心して利用していただくためのサービス構築も進めました。シニア向け「らくらくスマートフォン」、ジュニア向け「スマートフォン for ジュニア」のそれぞれに、利用料金の高額化を抑えるパケット定額サービスを設定したほか、「らくらくスマートフォン」については専門アドバイザーが無料で操作方法をサポートする仕組みも充実させています。



らくらくスマートフォン



スマートフォン for ジュニア

新領域：サービス

ドコモだからこそ実現できる最先端技術を活用した付加価値の高いサービスを充実させ、ユーザーに対する訴求力を高めると同時にデータ利用の増加を促しARPUの持続的成長を目指します。

2013年3月期の成果

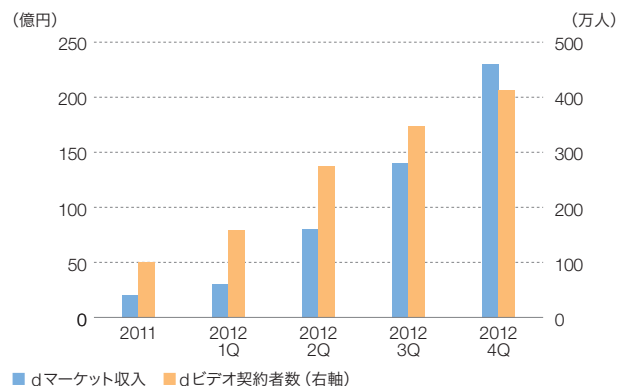
ドコモ直営コンテンツマーケットの充実

「dマーケット」は、ドコモが直営するコンテンツを中心としたマーケットです。クラウドサービスによって、ゲーム、ショッピング、動画（ビデオ）、アニメ、音楽（個別・月額）、書籍を扱う7つのストアとアプリを紹介するレビューサイトを開設しています。

2011年11月にサービスを開始したdビデオについては、2013年3月に会員数が400万を突破し、dマーケット利用の拡大を牽引しています。当期はdアニメストア、dヒッツを2012年7月、dゲーム、dショッピングを同12月にそれぞれサービスを開始しました。これにより、dマーケットのデジタルコンテンツを一層充実させるとともに、食品や日用品を中心としたアイテムも取り扱う、日常生活に役立つ総合的なマーケットサイトへと拡充させています。アイテムの充実やインテリジェントサービス

との連携（P44参照）を背景に、サービス利用料金が携帯料金と一緒に決済される便利さも評価され、dマーケット収入は順調に伸長し、前期比11.5倍の230億円となりました。

dマーケット収入/dビデオ契約者数（累計）

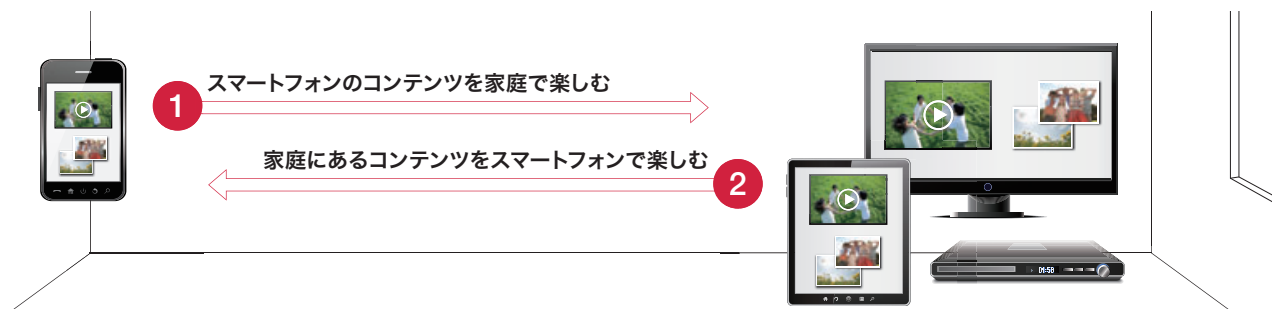


マルチデバイス対応の推進

通信インフラという基盤の上に成り立ち、「上位レイヤー」に位置づけられるサービスは、端末や通信会社に紐づけないオープン化が普及の決め手となります。当社では、上位レイヤーでの競争力強化に向け、サービスのマルチデバイス化、マルチプラットフォーム化に取り組んでいます。

例えばdマーケットは、ドコモのお客様が持つIDでログインすれば、購入したコンテンツを複数のデバイスで利用することができます。また、「ドコモ スマートホーム」という名称で2012年度にスタートしたサービスでは、スマートフォンのコンテンツをタブレットやテレビで追加料金なしに楽しめる

ドコモ スマートホーム



だけでなく、パソコンやブルーレイディスクレコーダーのコンテンツを、スマートフォンに転送することができます。

マルチプラットフォーム化に関しても、ソーシャルゲームを中心としたラインナップをそろえたdゲームにおいて、ドコモ

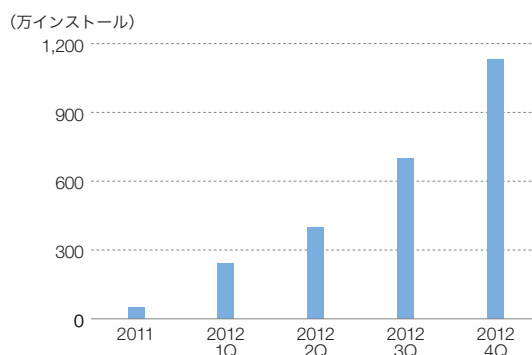
が提供するサービスとして初めて、ドコモユーザー以外へのサービス提供を開始しました。

クラウドサービスの新たな展開

2012年11月にサービスを開始した通訳電話サービス「はなして翻訳」は、異なる言語を話す2人の会話が、携帯電話を介して即時翻訳される機能を提供するクラウドサービスです。その正確性・速度が高く評価され、アジア最大規模の映像・情報・通信の展示会であるCEATEC JAPAN 2012において、米国メディアパネル・イノベーションアワード⁴のグランプリを受賞したことをはじめ、世界的な評価*を受けています。

携帯電話に話しかけるだけで端末の機能を起動・操作したり、コンテンツの検索を行ったりすることが可能な無料の音声インターフェース「しゃべってコンシェル」にも、ドコモ独自の高精度な音声認識・意図解釈技術が活かされています。同サービスは、2012年3月に提供を開始した直後から大きな反響を呼び、2013年4月末までに1,137万インストール、利用回数にして3.6億回を記録しました。また、2012年11月に追加した新機能、しゃべってコンシェルのキャラクターを自分の好きなキャラクターに変更できる「しゃべってキャラ」機能も好評を得ており、第18回AMDアワード⁵年間コンテンツ賞優秀賞を受賞しました。12月にはdショッピングとの連携、

しゃべってコンシェルインストール数(累計)



2013年2月にはiコンシェルとの連携を実現し、ドコモの各種有料サービスにお客様を誘導する導線として収益拡大に貢献しています。

⁴ 米国メディアパネル・イノベーションアワード：米国のIT・家電関係のジャーナリストが、CEATEC JAPANに出展された技術、製品、サービスのなかで、革新性に優れ、米国市場への影響力が高いと判断したものに授与する賞。

⁵ AMDアワード：毎年、過去1年間に発売または発表されたデジタルコンテンツのなかから、優秀作品またはサービスを審査のうえ選定し、その制作者個人あるいはグループの功績をたたえる賞。

* 欧州最大の移動体通信専門展示会、Mobile World Congress 2013においても、「コンシューマー向けサービス・ソリューション部門」の最優秀賞を受賞。



CEATEC JAPAN 2012
米国メディアパネル・イノベーションアワード グランプリ

1 通話利用



2 対面利用



「はなして翻訳」で異言語間のコミュニケーション

NOTTV開局でメディアコンテンツが充実

当社の子会社(株)mmbiが運営する日本で初めてのスマートフォン向け放送局、「NOTTV(ノッティーヴィー)」が2012年4月1日に開局しました。NOTTVは、地上放送波を使い、ニュースやスポーツ、音楽、ドラマなど様々なジャンルの番組を高音質・高画質で楽しめるサービスです。月額420円の基本料金で、番組の約半数を占める生放送をリアルタイム

で視聴したり、映像や新聞、クーポンなどのデジタルコンテンツをスマートフォン上に一時蓄積し、いつでも好きな時に視聴したりと、多彩な楽しみ方を提供しています。

2013年6月、NOTTV契約者数は100万を突破しました。今後は更にNOTTV対応端末数を増やし、番組の充実や放送エリアの拡大に注力していきます。

次の一手

安心かつ便利なスマートフォン利用に向けて

フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行が加速していることを受け、当社は、お客様が安心・便利にスマートフォンを利用する環境づくりを進めています。2013年5月に提供を開始した「ドコモサービスパック」は、その一例です。既にスマートフォンをお使いのお客様だけでなく、初めてスマートフォンを持つ方にも安心して便利に使ってほしいという考えから、様々なニーズに合った人気サービスを組み合わせ提供しています。

2種類のパッケージのうち「おすすめパック」は、約100のコンテンツが使い放題になるほか、ユーザーのライフスタイルや位置情報に基づいたレコメンド型サービス。クラウド上のストレージ容量を50GB追加するオプションが含まれます。一方「あんしんパック」には、水濡れや紛失などの事故時に代替機をお客様に届けるサービスに加え、お客様の画面操作や設定の遠隔サポート、ウイルスの検出や危険なサイトへの注意を喚起するセキュリティサポートが含まれます。

おすすめパック			ドコモサービスパック			あんしんパック		
お得な料金でいっぱい楽しめる						どんなときも安心の万全サポート体制		
スゴ得コンテンツ	iコンシェル	クラウド容量オプション プラス 50GB	ケータイ補償お届け サービス	あんしんネット セキュリティ	スマートフォン あんしん遠隔サポート			
								

お客様の夢、自己実現をサポート

2013年5月より、ドコモは「dクリエイターズ」という名称のもと、一般のクリエイターが創作したハンドメイド作品の出品・購入、デジタルコンテンツの出品・閲覧ができる新たなストアを、dマーケット内で展開しています。近年、書籍などのデジタルコンテンツからハンドメイド作品にまで至る一般クリエイターによる商品の市場は、市場規模・クリエイターの人数共に増加の一途を辿っています。「自分の作品を発表したい、使ってもらいたい」というクリエイターと、「他にはない希少性の高い作品、自分の価値観に合う逸品に出会いたい」という

ユーザーを結ぶ同サービスは、全キャリアのスマートフォン・タブレット及びパソコンに対応し、マルチプラットフォームに対応しています。

dクリエイターズ



ハンドメイド作品例



健康増進への貢献

日本が高齢社会となるなか、健康な生活に対する人々の関心はますます高まると予想されます。個人にとって優先順位が極めて高い関心事に、携帯電話という生活に不可欠のアイテムを使って応えたいという考えから、当社はユーザーの健康な生活をサポートするサービスに参入しました。

ヘルスケア領域における当社のパートナーは、世界トップクラスのシェアを持つ血圧計をはじめ、体重計、体温計などの一般向け健康機器類を扱うオムロンヘルスケアです。同社と共に新会社「ドコモ・ヘルスケア」を設立し、2013年4月、健康支援サービスを軸とした健康プラットフォーム事業「わたしムーヴ」の提供を開始しました。「運動」・「睡眠」・「ダイエット」などの体に関するコンテンツが利用できるポータルサイトを開設し、スマートフォンとオムロンヘルスケアの健康機器を連携させることで、機器で測定した健康データを、簡単にクラウド上に蓄積・管理するサービスを展開します。

更に女性を対象に、快適な生活を送るためのアドバイスを受けられるサービス「カラダのキモチ」も開始しました。今後は、より幅広い年齢層の男性・女性を対象に、いつでもどこでも、あらゆるシーンにおいて、お客様のそばに寄り添って、健康ライフをサポートするサービスを展開する計画です。



学び続けたいという思いをサポート

2011年にスタートしたスマートフォン向け学習支援サービス「ドコモゼミ」は、2012年度に月額定額サービスを開始、学習ジャンルの拡大により英語・資格をはじめキッズから趣味・実用まで約300種にのぼる幅広い学習アプリがラインナップされ、2012年度末までに45万ダウンロードを記録しました。特に、電車通勤・通学が一般的な日本の社会における「隙間時間の活用」に最適なコンテンツとして、子供、学生からビジネスマンや主婦に至るまで、幅広く受け入れられています。また、「ドコモゼミWebアプリラボ*」を開始したことで、コンテン

ツのオープン化に向けた新しい取り組みもスタートさせています。

また、教育サービス企業大手のベネッセコーポレーションと提携し、子育て家族向けサービス「しまじろうひろば」を開発しました。スマートフォンやタブレット端末で知育コンテンツを提供することで、親子で学びが体験できるサービスとして好評を博しており、2012年度末時点で会員数は58万人を突破しています。

* HTML5をベースとし、学びに関するアプリを自由に投稿できるプラットフォーム。



新領域：パートナーシップ

新領域において2015年度に収益1兆円という中期ビジョンの実現に向け、高いシナジー効果が見込めるパートナーとの協業、連携を深めています。

2013年3月期の成果

コマース分野の基盤を強化





新領域におけるサービス提供の拡大に向け、当社はM&Aや投資を積極的に行っています。dショッピングのラインナップ充実を視野に入れながら、会員制の有機野菜宅配事業のパイオニアである「らでいっしゅぼーや」、音楽ソフトの販売においてブランド力を持つ「タワーレコード」、国内有数のファッションECサイトを運営する「マガシーク」などを子会社化(P29参照)しました。

らでいっしゅぼーやは、1988年の創業以来、一貫して有機・低農薬農産物と無添加食品の宅配事業を展開し、2013年3月時点での会員数は11万人にのぼります。同社を

子会社とすることで、デジタルコンテンツだけでなく、広く生活に必要な商品、なかでも「食」に関する事業を当社の事業領域に取り込み、コマース事業を一層充実させる狙いがあります。

ファッション分野への事業展開の礎として買収したマガシークは、アパレルECの分野で長年の実績と、20～30代の女性からの強い支持を有します。こうした基盤を活かし、更に、マガシークの旧親会社である伊藤忠商事とのパートナーシップのもと、EC市場で最も成長が見込める領域のひとつであるファッション分野でのプレゼンスを高める方針です。

近年の主な出資・買収(国内)

出資・買収先企業	出資・買収時期	ビジネス領域	出資・買収金額	議決権割合
 オークローンマーケティング	2009年 4月	TVメディアを主なチャネルとした通信販売事業	310億円	51.0%
 らでいっしゅぼーや	2012年 3月	有機野菜・低農薬野菜・無添加食品の会員制宅配サービス	63.1億円 (完全子会社後、10%を株式会社ローソンに譲渡)	90.0%
 タワーレコード	2012年 7月 (2005年資本提携)	音楽ソフト・映像ソフトの販売事業など		50.25%
 マガシーク	2013年 3月	総合ファッションECサイト「magaseek」の運営等を行うファッション通信販売事業		71.28%

クレジットサービスの発展

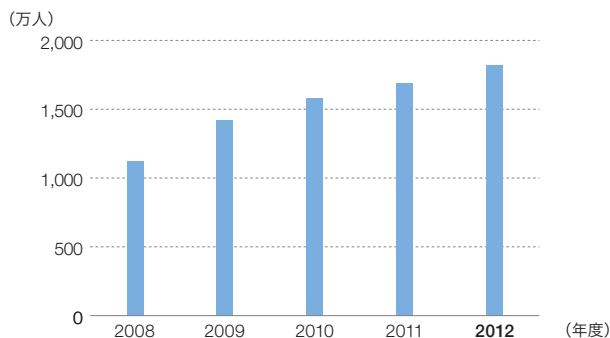
新たな決済サービスの実現に向け、ケータイクレジット「iD（アイディ）」の世界各国における利用環境拡大を目的とし、MasterCard Worldwideとの業務提携に合意しました。

「iD」については、コンビニエンスストアでの取り扱いを拡大するなど引き続き加盟店の開拓に努めました。その結果、当期末における読み取り機の稼働台数は、47.9万台となり、「iD」の会員数は、当期末で1,817万人となりました。



クレジットサービス「DCMX」については、様々なキャンペーンの実施などにより、会員獲得及び利用促進を図りました。その結果、当期末における「DCMX」の各サービスを合わせた会員数は、前期末に比べて90万人増加し、1,385万人となりました。

iD会員数

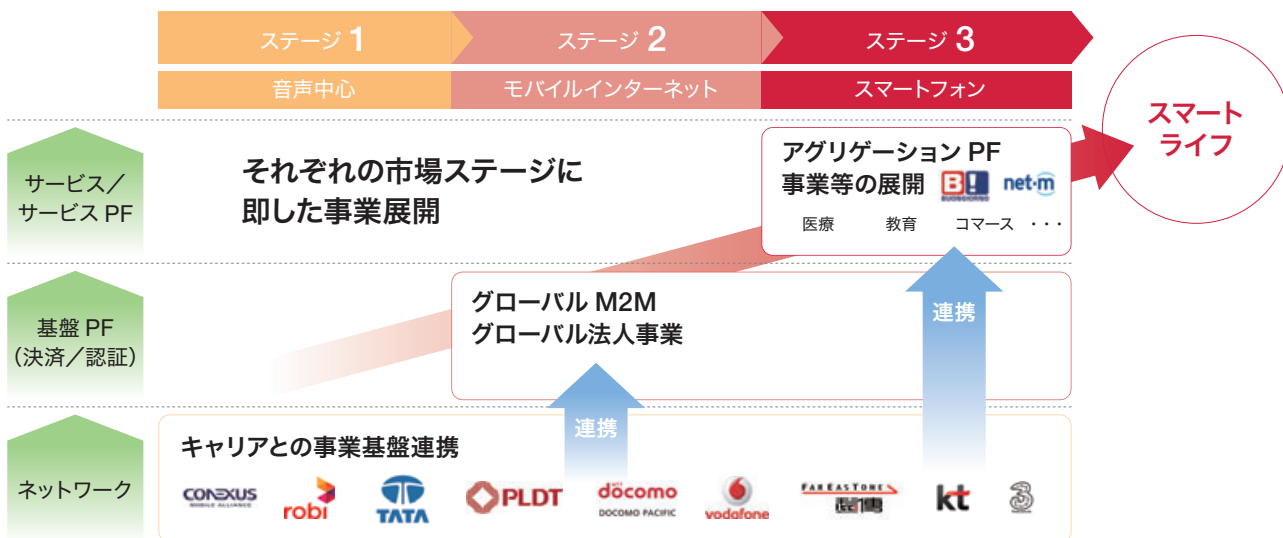


各国の市場ステージに即したグローバル事業展開

当社はこれまで、モバイル通信事業のグローバル展開、及び新領域事業の拡大を目的とし、将来の成長が見込まれるアジアを中心としたモバイル通信事業者への出資や、プラット

フォーム事業者への出資を行ってきました。昨今モバイルサービスは、音声を中心としたステージから、モバイルインターネットのステージ、更に上位レイヤーでの付加価値提供

グローバル戦略



を主としたステージへと、進化を遂げています。そうしたなか当社は、それぞれの国の市場ステージに応じた事業展開を行っています。これまでに培った海外モバイル通信事業者との関係を活かし、M2Mサービスのグローバル展開や、法人向け活動の強化などを拡充しています。また、プラットフォーム事業の領域では各国のプレーヤーとの出資・提携を通じ、グローバルなオープンプラットフォームを構築し、国・地域特性を十分に考慮しつつ、魅力的なコンテンツやサービスをクロスボーダーに提供する取り組みを行っています。

2012年7月には、欧州・北米・南米を中心にモバイルコンテンツ及びコンテンツ配信プラットフォームを提供するイタリアのボンジョルノ社に出資しました。同社はウェブアプリ、HTML5を活用したマーケットプレイス、モバイルペイメント

サービスなどを世界57カ国、約130のオペレータにおいて提供しています。

また、2013年5月にはグアムのケーブルテレビ及びインターネット事業者 MCV社を買収しました。同社はケーブルテレビ事業でグアム及び北マリアナ諸島地域において最大のシェアを占めています。今後はドコモの100%子会社でグアムのモバイル通信事業者である DOCOMO PACIFIC社を通じて、ケーブルテレビ、インターネット、固定電話と携帯電話の4つのサービスをワンストップで展開していきます。

当社は、今後もキャリア・非キャリアを問わず、海外における新たな成長機会の獲得に向けた出資・提携を通じ、グローバル規模で「スマートライフのパートナー」を目指します。

次の一手

「ドコモ・イノベーションビレッジ」開始

当社は、新領域におけるサービス開発力強化に向け、起業支援プログラム「ドコモ・イノベーションビレッジ」をスタートしました。このプログラムは、オフィススペースの提供や、専門家による経営面・開発面のアドバイスなど、ハード・ソフト両面から起業家を支援し、モバイル・インターネットの世界を広げるサービス開発やビジネスモデルを推進することを目的としています。

同時に、ベンチャー企業への出資を行うコーポレートベンチャーファンド「ドコモ・イノベーションファンド」を新たに設立しました。ファンド規模100億円、運用期間10年間、1件あたりの投資金額は2億円を想定しており、革新的な技術や斬新なビジネスモデルを持つベンチャー企業に、機動的に出資していく計画です。

社会的価値の創出

キッズケータイ向けの安心・安全事業

ドコモとALSOK（総合警備保障株式会社）は、キッズケータイ（HW-01D、HW-02C）を対象とする「ALSOK子ども向けかけつけサービス」の提供を2012年10月より開始しました。ご家族の要請により、キッズケータイから取得した位置情報をもとに、24時間365日、ALSOKのガードマンがお子様のもとにかけつけます。



ALSOK子ども向けかけつけサービス

震災復興への取り組み

ドコモは、被災地の復興支援活動を迅速に推進するために「東北復興新生支援室」を設立し、「コミュニティ支援」「防災・教育・医療」「産業振興・観光」の分野を中心に活動を展開しています。

ドコモは、東日本大震災被災地域の復興活動に迅速に貢献できる事業運営体制を構築するため、2011年12月に「東北復興新生支援室」を設立しました。現在、「コミュニティ支援」「防災・教育・医療」「産業振興・観光」の各分野において、岩手・宮城・福島を中心に活動を展開しています。

具体的な取り組みとして、2012年度より福島第一原子力発電所事故により全国各地で避難生活をする住民同士や、移転中の役場とのコミュニケーションを円滑にするため、避難自治体においてタブレット・フォトパネルを活用した情報配信を行っています。これにより、コミュニティの維持と避難生活のなかでの安心感を提供することができています。

また、新たな取り組みとして宮城県南三陸町で『未来の種プロジェクト ～南三陸町 森・里・海ものがたり～』を開始しました。これは、地元農家が作った自然栽培の米（ササニシキ）や薬草（トウキ）の情報発信及びブランド化を進めるプロジェクトで、畑と水田に定点カメラを設置し苗の生育状況をリアルタイムでウェブサイトを通じて発信します。更に、地元

農家の方の日々の活動や街の様子をタブレットを使いSNSで発信しています。2013年2月には、フォレストック認定⁶を受けた南三陸町の町有林のCO₂吸収量クレジット⁷を購入しました。購入費用を森林保全活動や雇用の創出に充てることで、この地域の活性化が期待されます。また、当社は森林資源である間伐材をアクセサリ商品などへ加工し、dショッピングを通じて販売しています。森林保全に共感していただけるお客様にご購入いただき、商品の売上の一部を南三陸町の森林保全活動に還元するという、お客様参加型の森林保全活動の仕組みづくりも目指しています。

2013年3月には東日本大震災からの復興活動を更に促進させることを目的に、行政や民間企業の手が届かないところで地域コミュニティの再生や産業振興など震災復興に大きく貢献しているNPOなど市民活動団体に対し、総額2,500万円の助成を実施しました。

6 フォレストック認定：一般社団法人フォレストック協会が、適切かつ持続的な森林管理、生物多様性保全などの一定の基準を満たした日本の森林を評価し認定する制度。

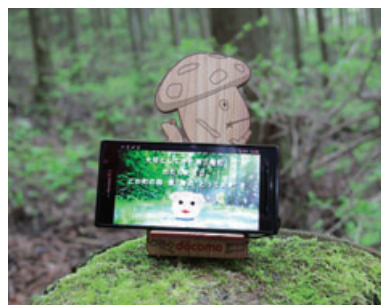
7 CO₂吸収量クレジット：CO₂の吸収量を定量的に計算し認定・価値化されたもの。



避難自治体の情報配信に活用されるタブレット端末



農業にタブレットを活用する地元農家の方



森林保全クレジット付ドコモダケスマートフォンホルダー

事業を通じた社会・環境貢献

ドコモは事業を通じて未来に向けたイノベーションを起こすことを目指しています。モバイル技術で社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の発展に貢献します。

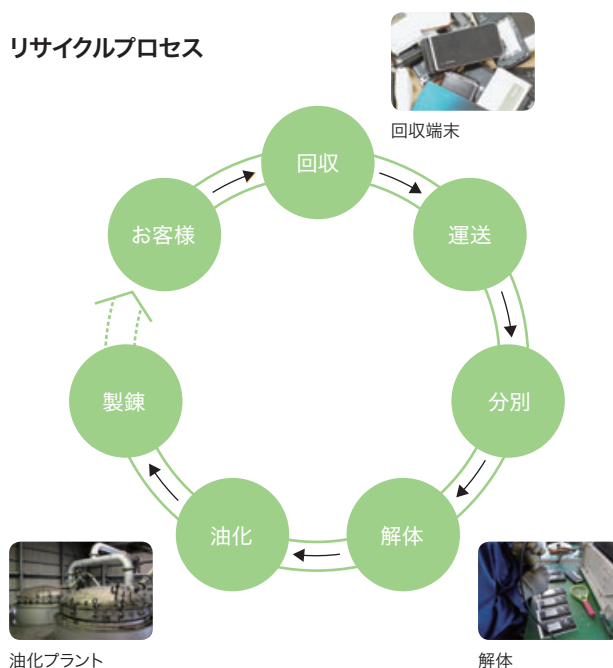
ケータイリサイクル事業

携帯電話には金、銀、銅、パラジウムなどが含まれており、鉱物資源の少ない日本にとっては貴重な資源です。ドコモは、1998年から使用済み携帯電話の回収・リサイクルに取り組んできました。現在は、全国約2,400店舗のドコモショップや各種イベントなどでお客様から使用済み携帯電話の回収を行っています。2012年度には約368万台、これまでの累計で約8,404万台を回収しました。

お客様からお預かりした携帯電話を、より安全に、より効率的にリサイクルするために2011年度に新しいリサイクルプロセスを導入しました。このプロセスは、携帯電話事業者で唯一、環境省より広域認定を取得しています。これにより、廃棄物の処理及び清掃に関する法律（廃掃法）に則り、責任を持ってお客様の携帯電話をお預かりすることができます。

今後もより安全で効率的なリサイクルプロセスを追求し、リサイクルを推進していきます。

リサイクルプロセス



サイクルシェアリング事業

ドコモでは2011年4月より横浜市で、2012年11月より東京都江東区にて、サイクルシェアリングサービス（自転車共同利用サービス）を実施しています。2013年3月からは、仙台市にて全国で初めて「次世代サイクルシェアリングシステム」を利用したサービスを開始。自転車本体にFOMAモジュールとGPSを搭載しているため、GPSによる自転車の管理や遠隔での電動アシスト機能のバッテリー残量の把握が可能です。これにより、自転車本体のみで会員の認証や貸出・返却管理を完結することができ、システムの大幅な簡素化、コスト削減が可能になりました。同事業は、仙台市中心市街地の活性化を目的としており、事業収益の一部を東日本大震災復興支援として被災者の方々への支援活動に提供します。



次世代サイクルシェアリングシステム

