



コンシューマ事業の 成長戦略

株式会社NTTドコモ 代表取締役社長 前田 義晃

株式会社
NTTドコモ

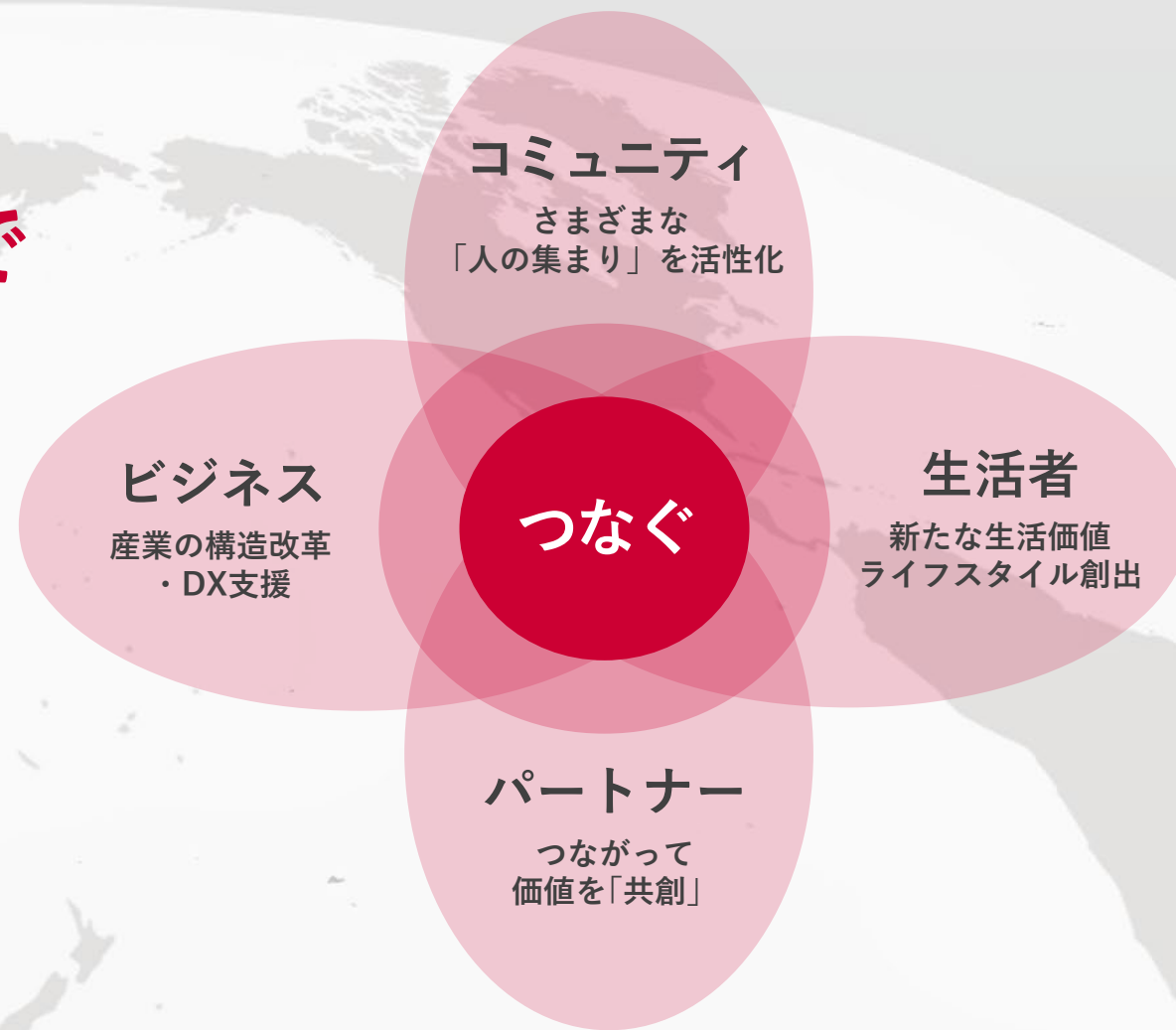
代表取締役社長

前田 義晃

- 2000 ● NTTドコモ入社
- 2013 ● スマートコミュニケーションサービス部長
- 2017 ● 執行役員
プラットフォームビジネス推進部長
- 2020 ● 常務執行役員
マーケティングプラットフォーム本部長
- 2022 ● 代表取締役副社長
スマートライフカンパニー長
- 2024 ● 代表取締役社長 就任

新ドコモグループビジョン

テクノロジーと人間力で
新しいつながりを生み、
心躍る価値創造で、
世界を豊かに、幸せに。





ネットワーク

■お客さま体感品質の向上

モバイルネットワーク体感の評価指標Opensignal^{※1}でNo.1をめざす

[2024年度末までに]

※1：「一貫した品質」部門

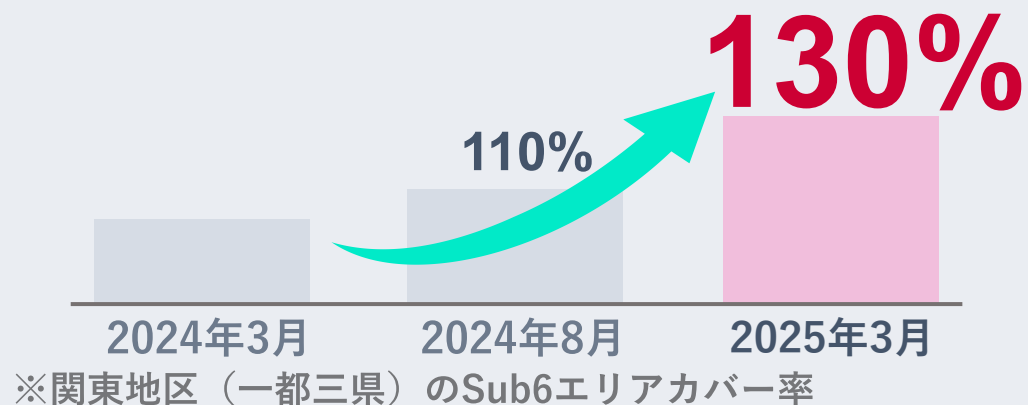
■ネットワーク装置の高性能化とコスト効率化

最新型装置への置き換え・増設

お客さま体感品質の向上

Sub6基地局の増強等により、お客さま体感品質を改善

都市部を中心に
Sub6エリアを拡大



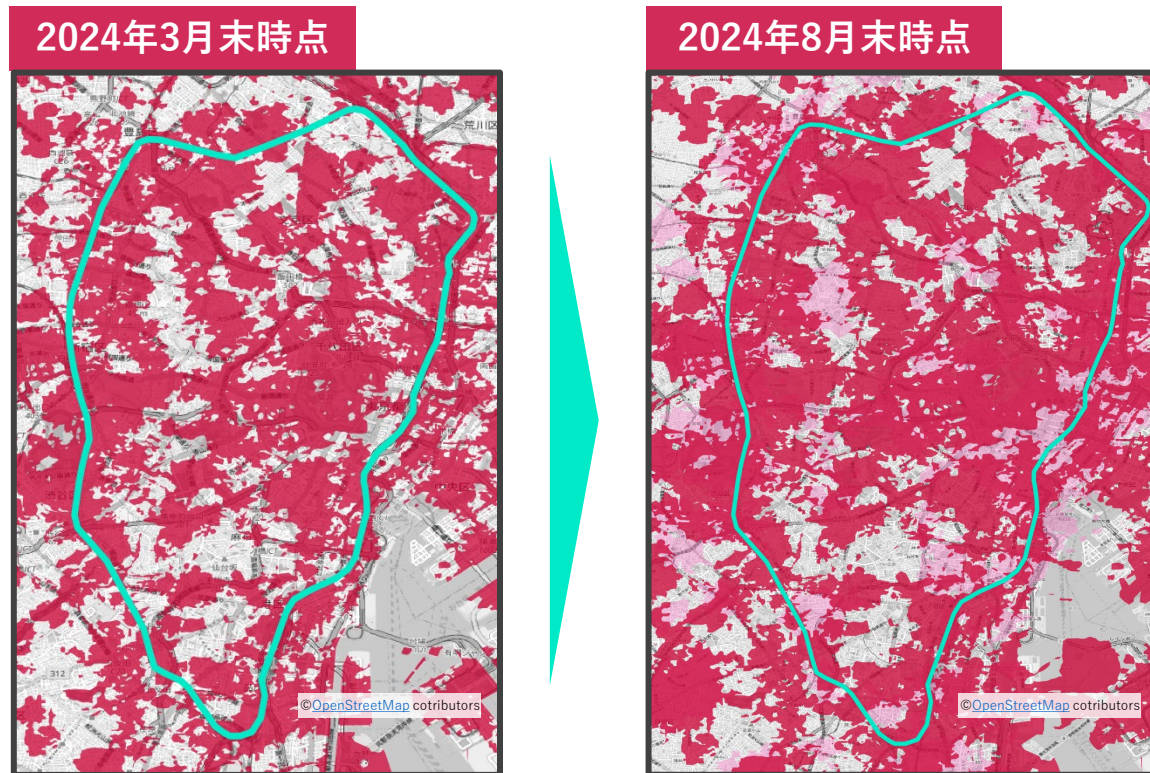
鉄道動線対策を強化
～山手線対策結果～

平均スループット **20% 向上**

2024年度8月時点（2024年3月比）

※数値は最繁時の山手線調査における自社調べ（DL・UL）

Sub6エリア拡大状況（山手線エリア）



ネットワーク装置の高性能化とコスト効率化

広く国内外の基地局ベンダから、高性能で効率の良い最新型装置を調達する方針
直近では海外ベンダの装置を調達し、基地局装置の一部置き換え及び新規拡大に利用

5G基地局装置の移行



装置の機能向上により
品質向上・低価格・低消費電力等を実現

2

コンシューマ事業

- 顧客基盤
- モバイル通信ARPU
- 成長領域の進化

コンシューマ事業戦略

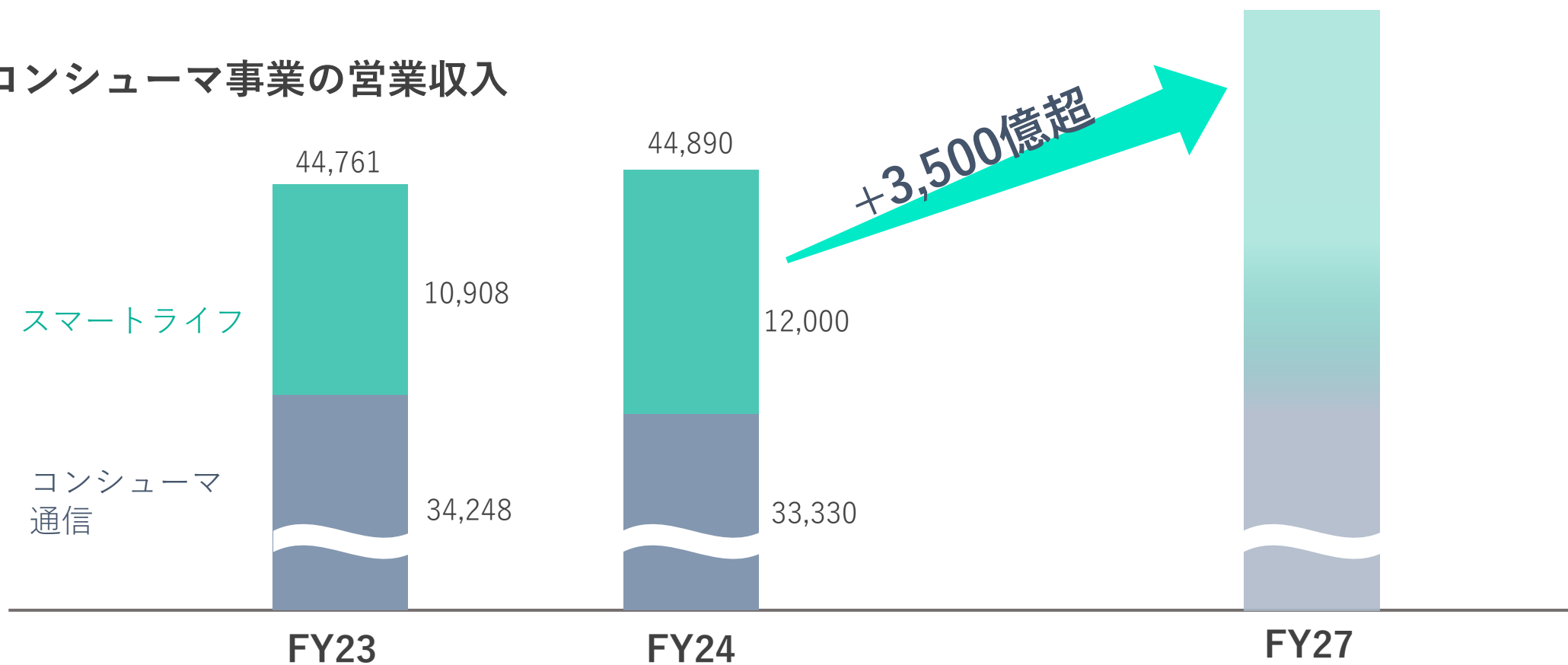
マネックス証券 ORIX オリックス・クレジット



コンシューマ事業のめざす収入規模

2027年度には + 3,500億円超(対2024年度)の収入拡大をめざす

コンシューマ事業の営業収入

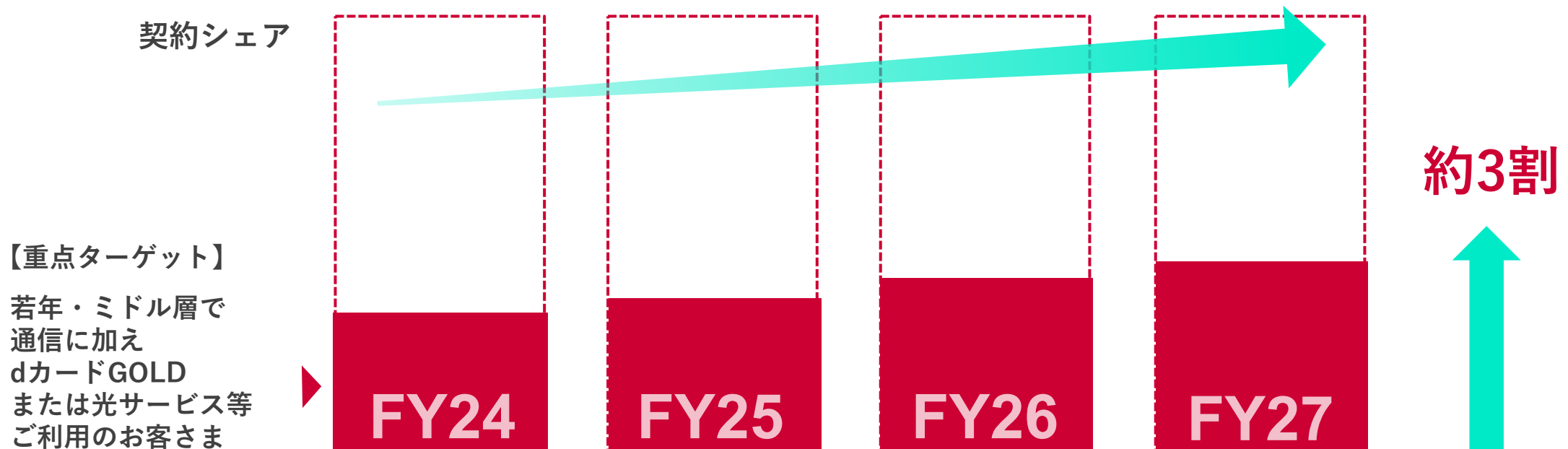


※内訳はセグメント間取引消去前の数字

顧客基盤

顧客基盤の将来像

人口減少を見据え、顧客獲得に注力しシェアを拡大
サービスミックスにより若年・ミドル層のロイヤルユーザを増やす

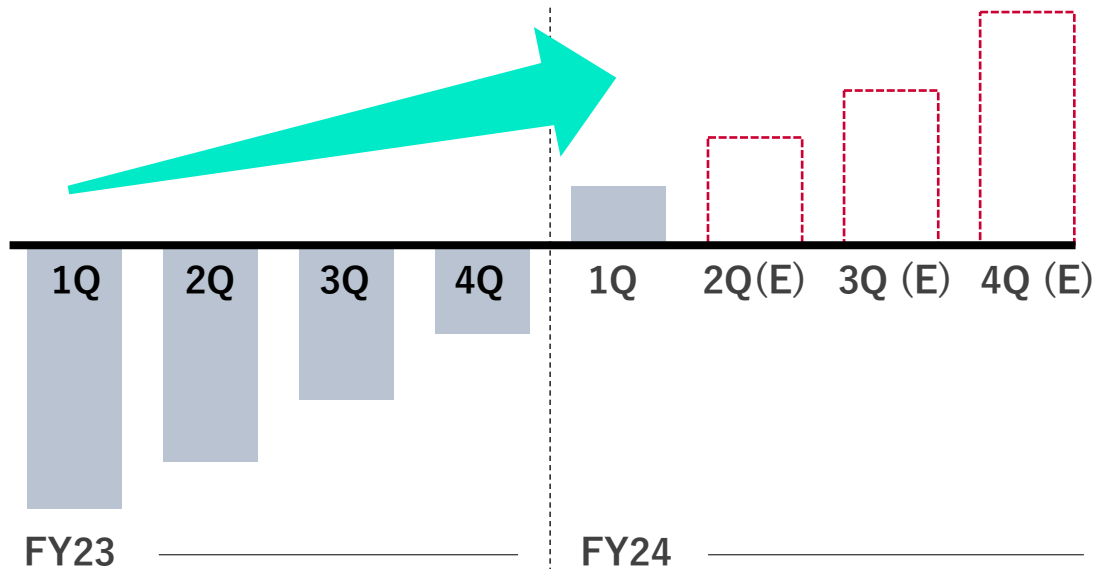


顧客基盤強化の現状

顧客基盤強化施策により純増は好転、解約率も改善傾向

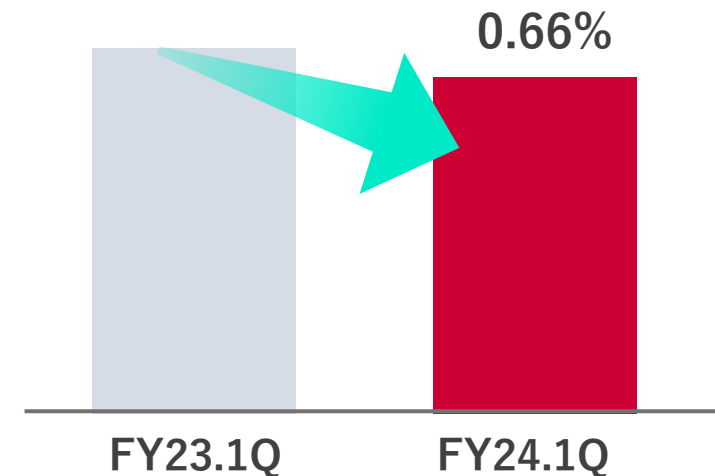
個人ハンドセット純増の対前年増減

1Qでは対前年+3万契約改善
そのうち8割は若年・ミドル層



個人ハンドセットの解約率


0.66%と低水準且つ、前年より改善傾向



評価と今後の取り組み

契約獲得は順調だが、流出抑止に課題あり


契約獲得（ポートイン・新規）

施策	評価
<ul style="list-style-type: none">・ 端末価格見直し・ irumoを活用した新規獲得強化	

契約獲得は計画を上回り進捗

- 24年度4-8月期で
- ・ 新規とポートインは計画を上回り進捗
 - ・ 施策効果として、10万契約獲得
 - ・ 販売員強化店舗では8月単月で50%ポートイン増加(4月比)

流出抑止（ポートアウト・解約）

施策	評価
<ul style="list-style-type: none">・ サービスミックス提案によるクロスユース促進	

ポートアウトに課題

- ・ ahamoユーザの解約
- ・ 顧客接点における提案力の相対的低下

料金プランの見直し

価格据え置きで、ahamoのデータ容量を30GBへ増量

見直しの背景

- デジタルネイティブ世代を中心にモバイルデータ利用量が増加し、20GBでは足りないお客さまが増加
- ahamoの解約率は他プランに比べ高い傾向

データ通信を快適にご利用いただけるよう
ahamoの魅力を向上させ、顧客基盤を強化

見直し後のスペック

10月
開始

料金プラン	ahamo
データ量	30GB ご契約中のお客さまも対象
月額料金	2,700円 (税別)
音声通話	5分以内通話 無料
受付チャネル	オンライン ※ 取替の店頭受付
特典	+5GB GOLD保有

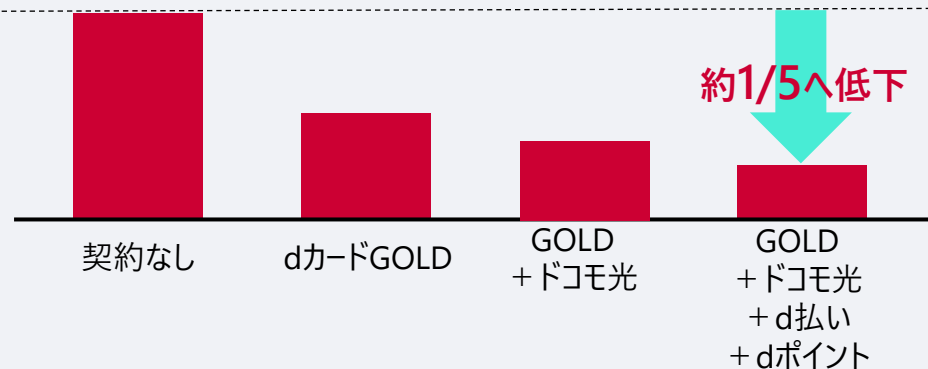
チャネルの強化

顧客接点の拡大による販促強化とサービスミックス提案強化による解約抑止

チャネル強化の方向性

- 量販店や複合商業施設での販促強化
- 加えて非対面チャネルも活用したサービスミックス提案強化

【参考】各サービス契約者の翌月解約率



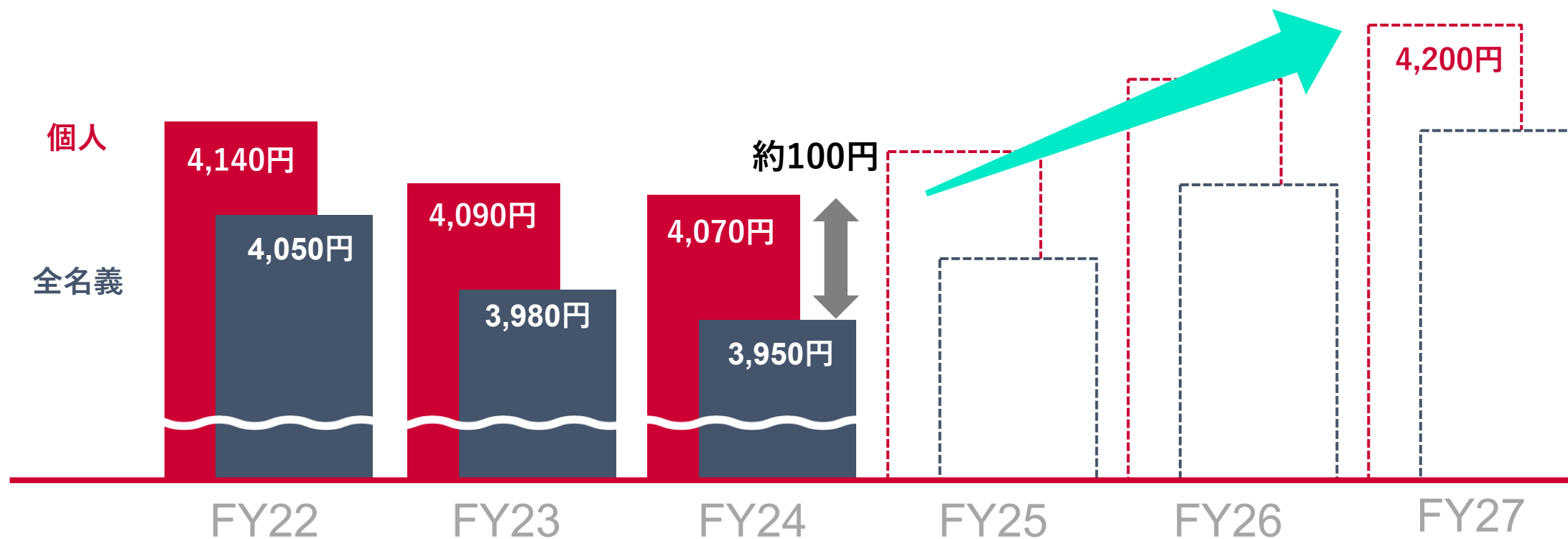
各チャネルにおける取組み

対面	<p>量販店</p>  <p>販売人員・施策店舗拡大</p>	<p>ドコモショップ</p>  <p>サービスミックス提案強化 ・出張イベントの実施</p>
非対面	<p>コンタクトセンター</p>  <p>フォローコールでの提案力強化</p>	<p>デジタル</p>  <p>オウンドアプリ等による 利用促進・サービス提案</p>

モバイル通信ARPU

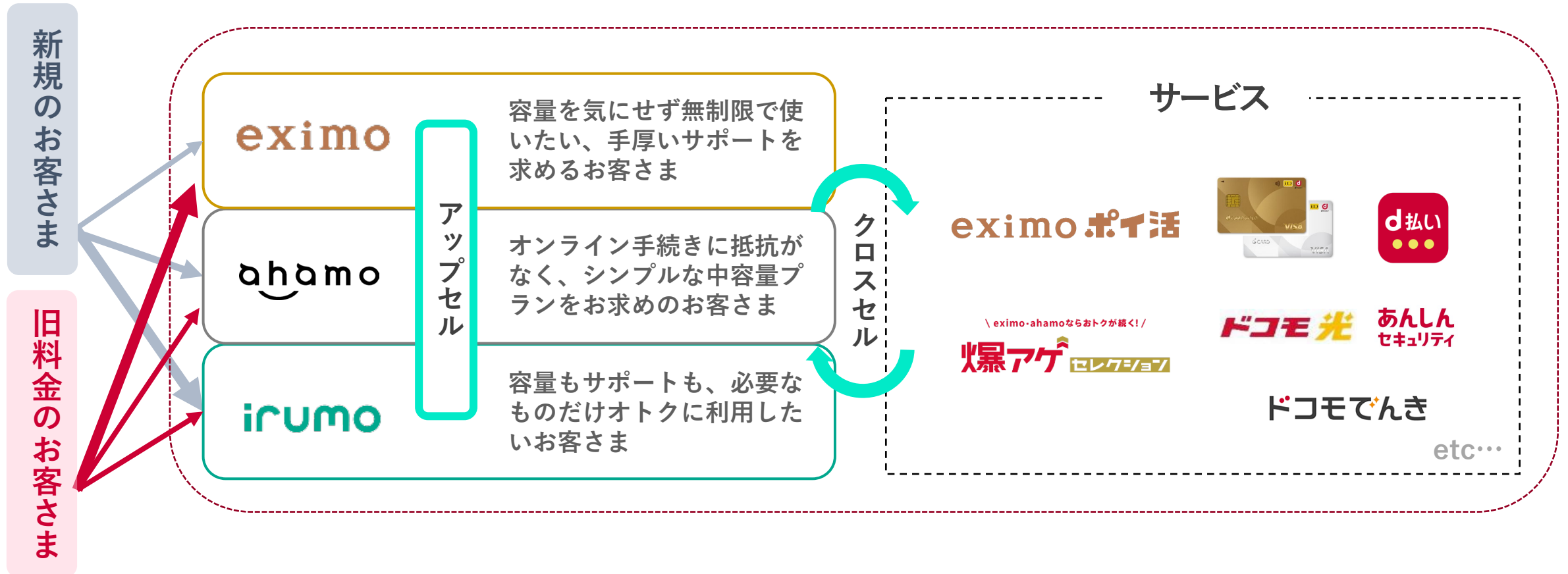
ARPUの見通し

ARPUは今年度を底に反転をめざす



3層プランの位置づけ

ahamo・irumoを活用した新規獲得、サービスのクロスセルのご提案により、eximoへの移行を促進

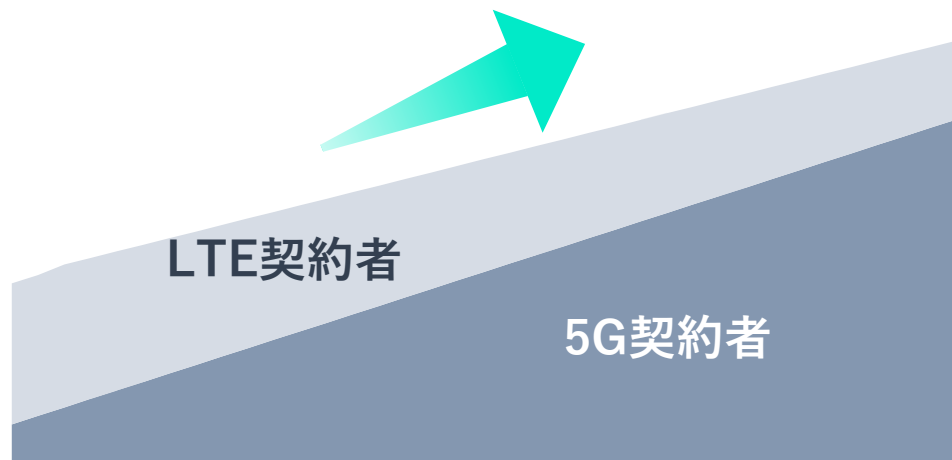


ARPUのベーストレンド

データ利用量増加により、同一プランでも平均単金は上昇

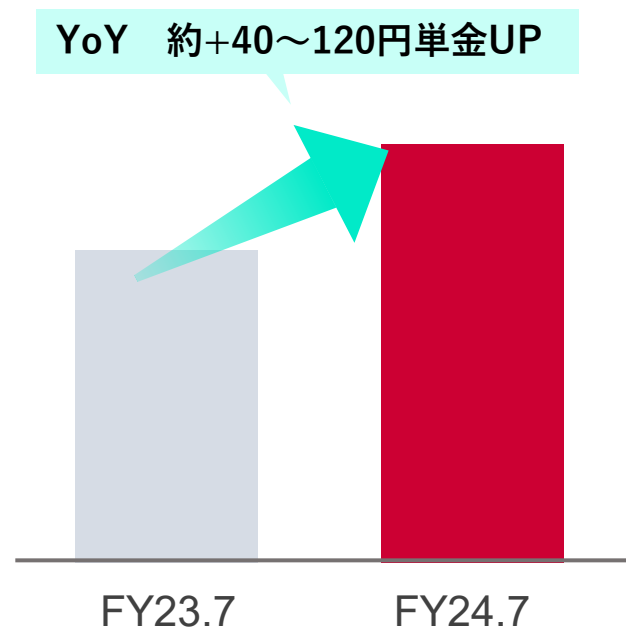
データ利用量推移

■ 映像コンテンツの利用でデータ利用量は年々増加



irumo・eximoの平均単金

■ データ量の多いirumoプラン・eximoステップの割合増



ARPU向上の取り組み

映像系サービスやポイ活でARPUの向上を加速

キガホ

キガライト

ahamo

irumo



NETFLIX Lemino



for docomo

【エンタメ×通信】映像系サービス

【金融×通信】ポイ活

ahamo ポイ活



eximo ポイ活



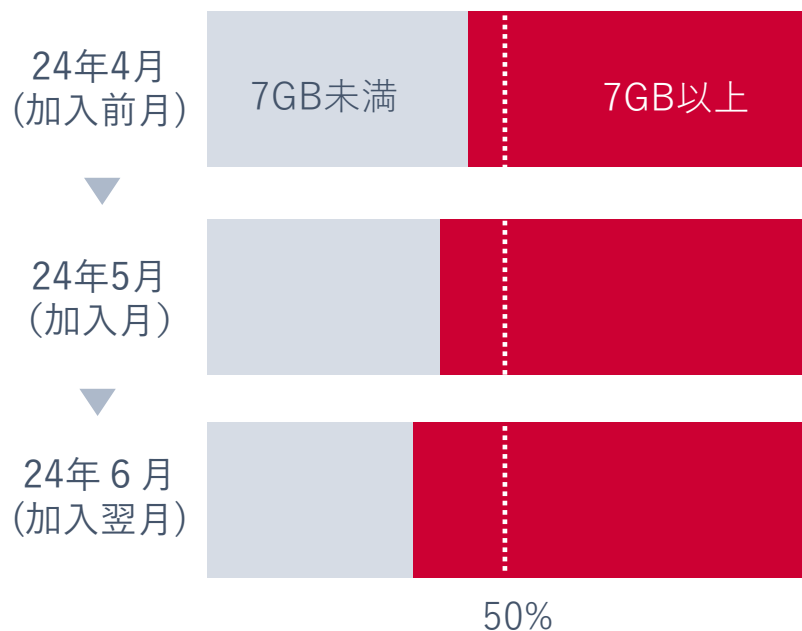
eximo

エンタメ×通信 -映像系サービス-

爆アゲの契約者数は250万人突破。データ利用増によるアップセルを促進

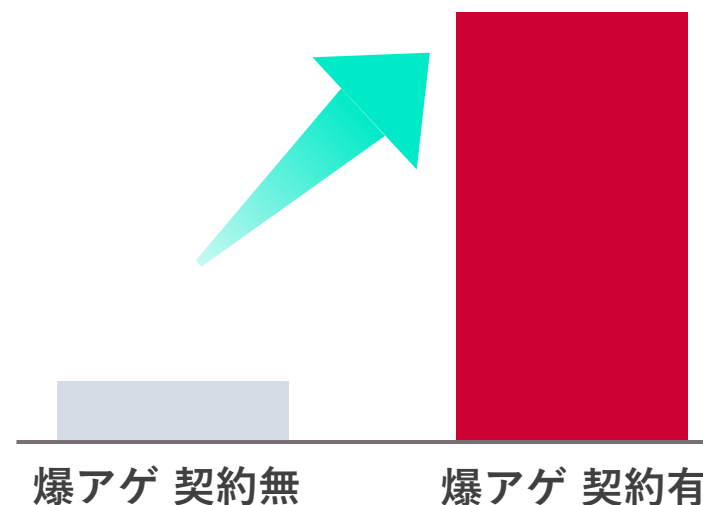
爆アゲ加入者の7GB以上利用ユーザの割合

■ 加入後、7GB以上利用ユーザの割合が増加



加入したユーザがアップセルする率

■ 爆アゲ加入者はアップセル率が7倍

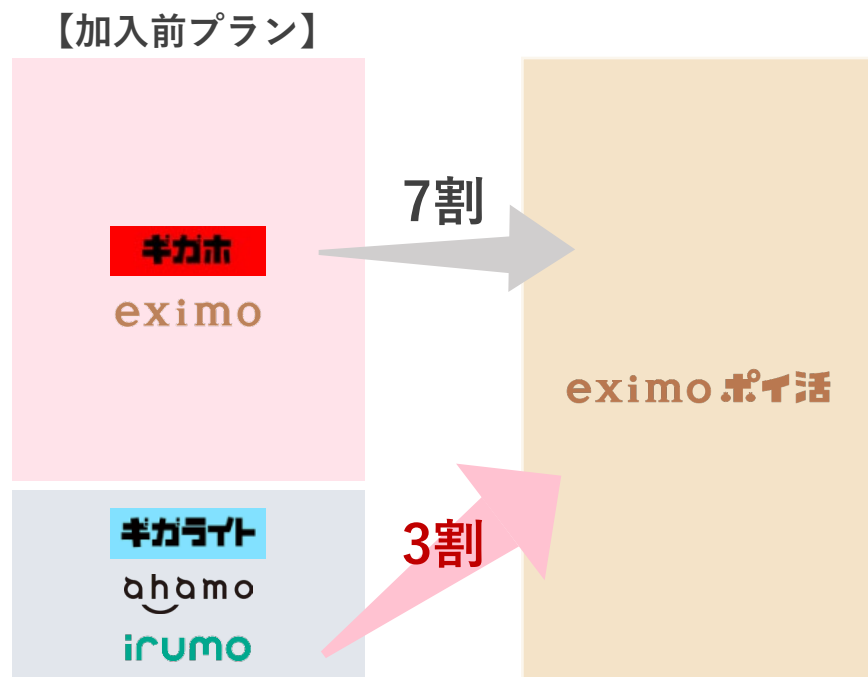


※2024年5月加入者(eximo,ギガホ除く)が、3カ月以内にアップセルした数

契約者数は20万契約突破。24年度末までに100万契約以上をめざす

eximoポイ活加入前プラン構成比

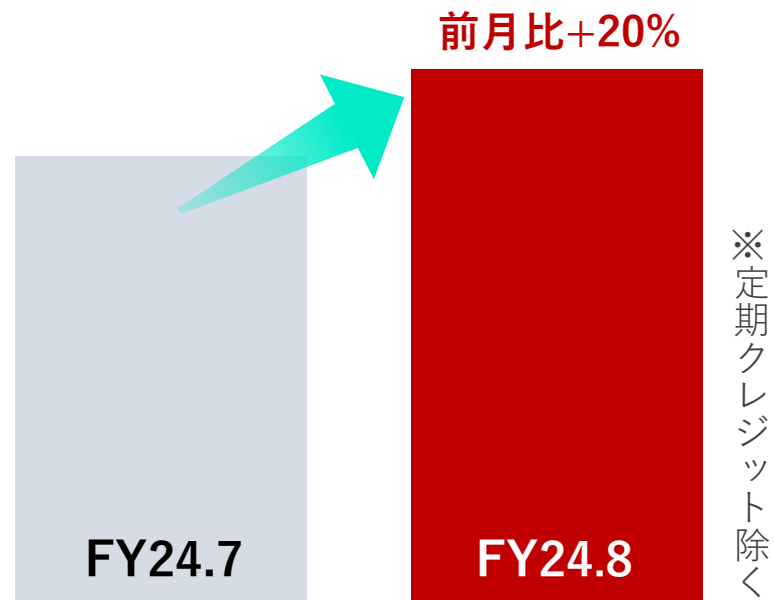
■eximoポイ活はアップセルに貢献



2024年8月末時点

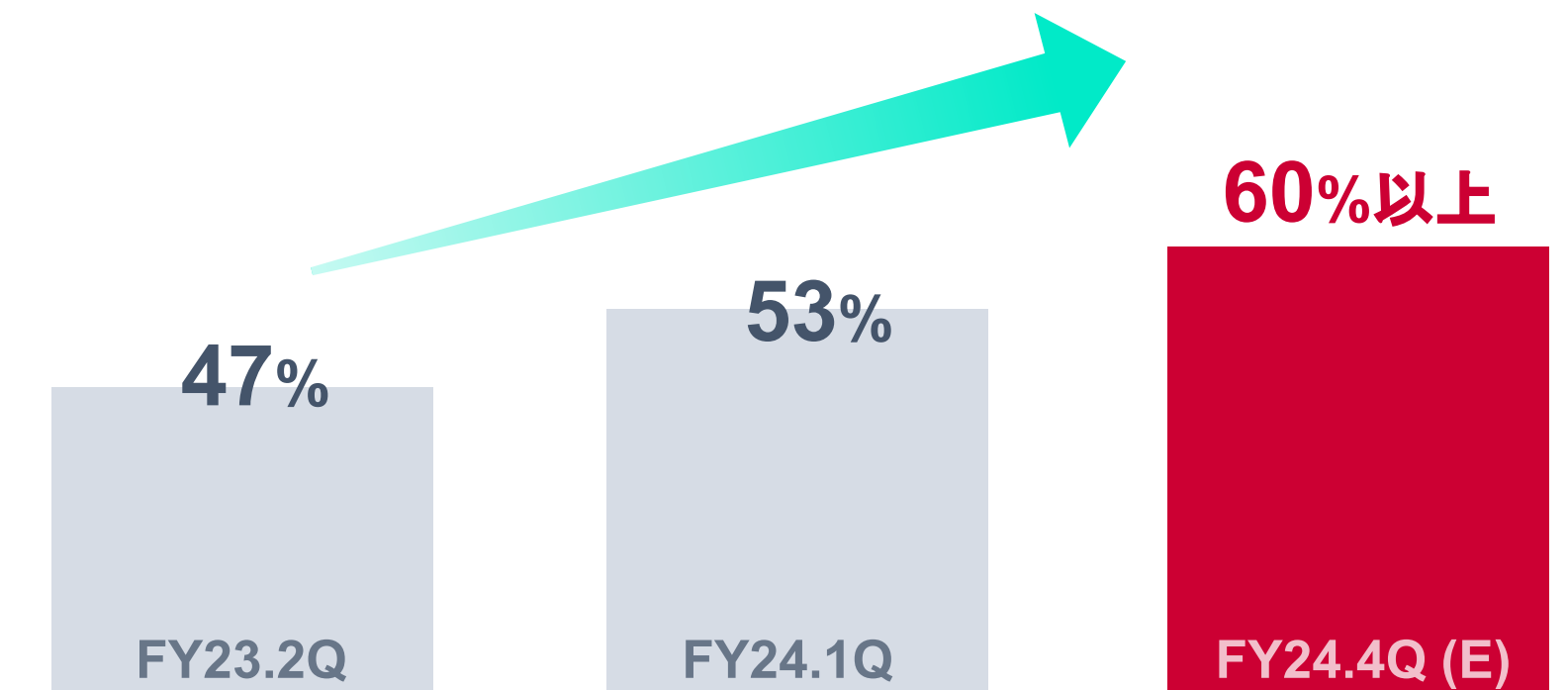
ポイ活加入者のdカードショッピング利用額

■金融決済取扱高上昇にも貢献



eximo移行率

データ利用増やポイ活で、旧料金プランからのeximo移行率を向上させる



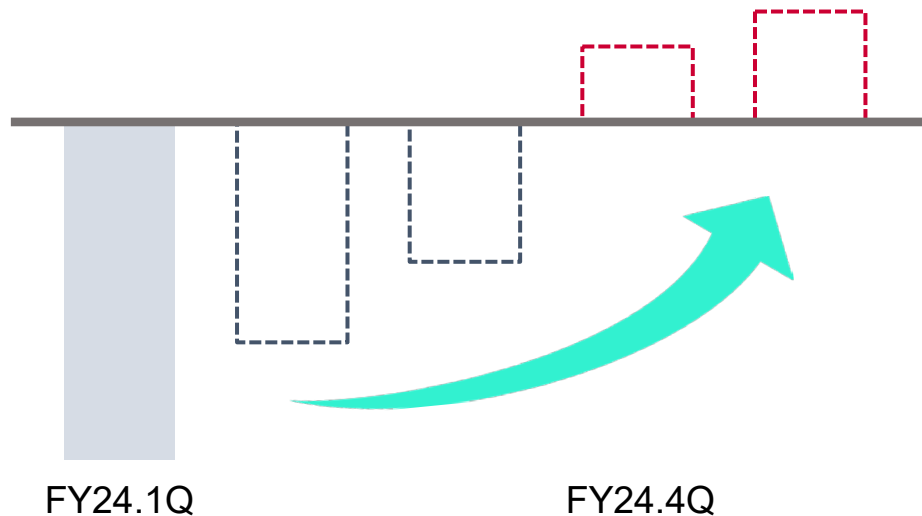
(2023年7月eximo提供開始)

※ 既存契約者のプラン変更におけるeximo移行率

irumoのダウンセル影響

eximo移行率上昇により、irumoへのダウンセル影響をeximoへのアップセル効果が4Qに上回る見通し

eximo・irumo移行による収入影響



※ irumo移行によるダウンセルとeximo移行によるアップセルの収入影響

旧→新プラン変更前後の平均単金

旧プランから新プランへ移行しても平均単金は低下せず

	2023.2Q-4Q	2024.1Q
ギガライト	マイナス ↓	プラス ↗
かけかけ 料金	マイナス ↓	±0 →

成長領域の進化

エンタメ事業の進化

バリューチェーンの川上であるコンテンツ領域で権利元になり、川下の配信/興行でマネタイズ。エンタメ収入は27年度に24年度比30%増の3,100億円規模をめざす



エンタメを活用したマーケティング

エンタメならではの強固なエンゲージメントで、通信・金融決済収入を拡大



金融事業の進化

多様な金融サービスの提供により、
27年度に24年度比40%増の6,300億円規模の収入をめざす



マーケティングソリューション事業拡大

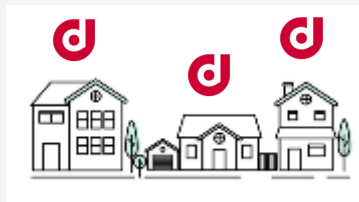
市場成長率を上回る成長で、
27年度に24年度比50%増の2,700億円規模の収入をめざす

決済・ポイントの利用拡大

dポイントクラブ会員
拡大・アクティブ化



加盟店拡大



街



ネット

決済・ポイント利用増

ポイント販売収入

パートナー・
加盟店の増



データ蓄積



マーケティングソリューションの活用

法人

(メーカー・流通・小売り等、幅広い業種)

市場調査
・商品開発

調達・生産
・物流

販売
・サービス

プロモーション
・CRM

① リサーチ・データ分析

② 広告・販促CRM

マーケティングDX収入

広告収入

マーケティング支援

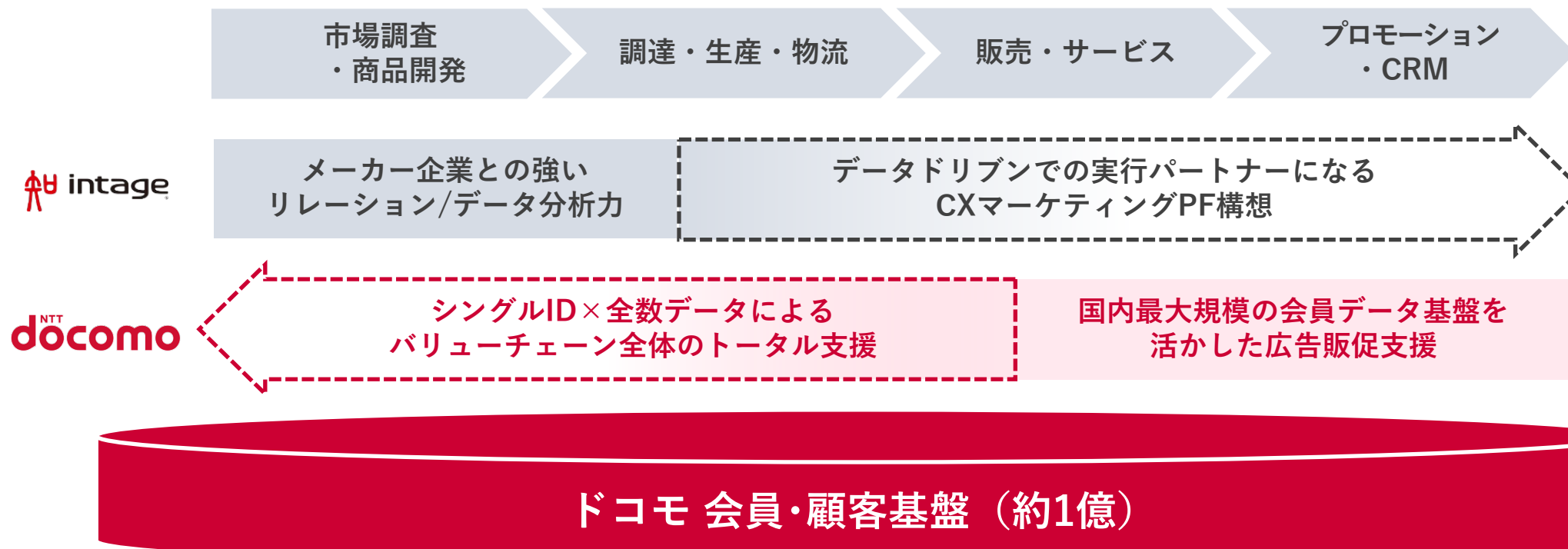
パートナーごとの仮想顧客基盤



dポイントクラブ会員(1億)データ基盤

マーケティングソリューションでのインテージとの取り組み

ドコモの1億を超える会員基盤とインテージの業界をリードするデータ収集力でバリューチェーンを一気通貫で支援



3

まとめ

2027年度に向けた各指標の目標水準

	FY23	FY24	FY27
コンシューマ事業収入	44,761億円	44,890億円	+ 3,500億円以上
顧客基盤（個人・シェア※）	34.7%	34.7%	35%以上
個人モバイル通信ARPU	4,090円	4,070円	4,200円
再）エンタメ収入	2,215億円	2,300億円	3,100億円
再）金融・決済収入	3,675億円	4,500億円	6,300億円
再）マーケティングソリューション収入	1,340億円	1,800億円	2,700億円

※人口に占めるハンドセット契約者数、3G停波影響除き

テクノロジーと人間力で
新しいつながりを生み、
心躍る価値創造で、
世界を豊かに、幸せに。

本資料及び本説明会におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明は、現在当社の経営陣が入手している情報に基づいて行った判断・評価・事実認識・方針の策定等に基づいてなされもしくは算定されています。

また、過去に確定し正確に認識された事実以外に、将来の予想及びその記述を行うために不可欠となる一定の前提(仮定)を用いてなされもしくは算定したものです。将来の予測及び将来の見通しに関する記述・言明に本質的に内在する不確定性・不確実性及び今後の事業運営や内外の経済、証券市場その他の状況変化等による変動可能性に照らし、現実の業績の数値、結果、パフォーマンス及び成果は、本資料及び本説明会におけるご説明に含まれる予想数値及び将来の見通しに関する記述・言明と異なる可能性があります。

※本資料中の「E」は記載の数値が計画または業績予想であることを表しています。