

図表1-3-13 ▶「カケホーダイ&パケあえる」料金イメージ

国内初 **カケホーダイ**

何回でも・何分でも、どこにかけても、**国内通話 カケホーダイはドコモだけ**

ドコモ同士はもちろん、**TALK** 他社にも、固定電話にも

ドコモケータイなら**2,200円**、スマートフォンなら**2,700円**

※2年定期契約、ISP契約なしの場合

国内初 **SHARE** **パケあえる**

家族みんなのポケットをムダなくシェアできる

たくさん使うときも追加で購入できる！

家族みんなで分け合える！

いま これから

出所：NTTドコモ「新たな料金プランおよび割引サービスを提供開始」（2024年4月10日）をもとに作成

図表1-3-14 ▶「カケホーダイ&パケあえる」契約数の推移

契約数	日付
300万件突破	2014年6月10日（火曜）
500万件突破	2014年7月5日（土曜）
1,000万件突破	2014年10月14日（火曜）
2,000万件突破	2015年6月6日（土曜）
3,000万件突破	2016年4月12日（火曜）
4,000万件突破	2017年11月10日（金曜）

出所：NTTドコモ「お知らせ『カケホーダイ&パケあえる』の契約数が4,000万件を突破」（2017年11月13日）

ど急速に普及していった(図表1-3-14)。

NTTドコモは定額制を基軸とした料金プランを強化し、従量制への不満を解消することで長期的な顧客維持を図った。スマートフォン普及に伴い、データ通信を主体とするユーザーが増加していたため、通信量に応じた多様なプラン展開が競争力の強化につながった。

このように、スマートフォン時代の通信事業者には、データ通信の急増に対応しながら、顧客の多様なニーズに応える柔軟な料金体系が求められた。NTTドコモはこうした市場変化に迅速に対応し、従量制と定額制の料金プランを顧客のニーズに応じて提供することで、適正な収益確保を図った。

(3) ahamo、irumo、エコノミーMVNOの登場

2021年以降、NTTドコモは、多様化する通信ニーズに応えるべく、「ahamo」「irumo」「eximo」という新料金プランを導入するとともに、エコノミーMVNOの提供を開始した。これにより、幅広い顧客層をターゲットにした戦略を展開している。これらの取り組みは、通信費削減を求める社会的要請に応えるとともに、競争の激化する通信市場での顧客基盤拡大をめざしたものである。

「ahamo」～デジタルネイティブ世代への挑戦

2021年3月に登場した「ahamo」は、月額2,700円(税抜)で20GBのデータ容量を提供するオンライン専用プランである。このプランは、煩雑な契約条件を排除し、シンプルで分かりやすい料金体系を実現した点で革新的だった。また、海外利用時の追加料金不要や5G対応といった利便性も備え、デジタルネイティブ世代を中心に支持を広げ、サービス開始後約2年2カ月で契約数500万を突破した。

「ahamo」の提供開始は、当時の菅政権が最重点政策の一つに掲げた携帯電話料金引き下げの要請に沿ったものだった。また、2020年4月に楽天モバイルが携帯キャリア事業に参入し、本格的なサービス提供を開始したことで激化した市場競争への対応策でもあった。

ドコモがオンライン特化型プランを打ち出した背景には、手続き簡素化を求めるユーザーの増加があり、これに対応する形でデジタル化推進を加速させたことがある。「ahamo」はまた、一般・公共システム・サービスとして2021年度グッドデザイン賞を受賞している。これは、契約申し込みからサポートまで、すべてをオンラインで完結できるとした革新的な試みと、ブランドやUX(ユーザー体験)デザインの洗練度が評価されたものだ。