

図表1-3-15 ▶NTTドコモグループ ブランドスローガンロゴ



出所：NTTドコモ「ブランドスローガンを『つなごう。驚きを。幸せを。』に一新
-NTTドコモグループを『つなぐ』ことで新しい未来を実現し、お客さまへ期待される企業
グループへ-」（2024年11月7日）

品質改善室」を立ち上げ、苦情の集中するエリアを72時間以内に暫定処置する運用を敷いた。この結果、2024年度下期には苦情件数をピーク時比70 %減まで抑え込むことに成功した。

2024年6月に就任した前田義晃社長は、就任直後からネットワークKPIを最上位の経営指標に据え、「品質なくして成長なし」を合い言葉に現場主義を徹底した。同年11月にはブランド・スローガン「つなごう。驚きを。幸せを。」を発表し(図表1-3-15)、①何よりも安定してつながること、②5G/IOWNの技術革新で新しい体験を提供すること、③通信を通じて社会課題を解決し顧客を幸せにすること、の3つを再出発の柱に掲げた。

今後の焦点は3つある。第一に、料金ポートフォリオを通じた適正なARPUと体感品質の両立。第二に、5G SA比率70 %と6G試験の前倒しなど長期設備計画の再構築。第三に、障害情報ポータルの即時公開や品質アンケートの常設化など顧客接点と信頼の再構築である。ドコモは原点である“つながりやすさ”へ立ち返り、品質を核として再び成長軌道に乗るべく取り組んでいる。