

2 モバイルサービスを軸とした価値創出

2-1. スマートライフ戦略

(1) 通信事業に依存しない新たな収益モデルの構築

NTTドコモは2011年11月に「中期ビジョン2015—スマートライフの実現に向けて—」を打ち出した。同ビジョンは、モバイルサービスの進化を軸に、産業やサービスを横断的に融合させ、新たな価値を創造する総合サービス企業への道をめざす方針を明確にするものだった(図表2-2-1)。ここでは、クラウドを活用して人々の暮らしやビジネスをより安全・安心かつ便利にすることを宣言している。同ビジョンで掲げたテーマは「モバイルを核とする総合サービス企業(Integrated Service Company)」であり、アライアンス企業との協業を通じて多様な産業・サービスをモバイルと融合させるイノベーションを推進し、新たな市場創出に挑むという狙いがあった。

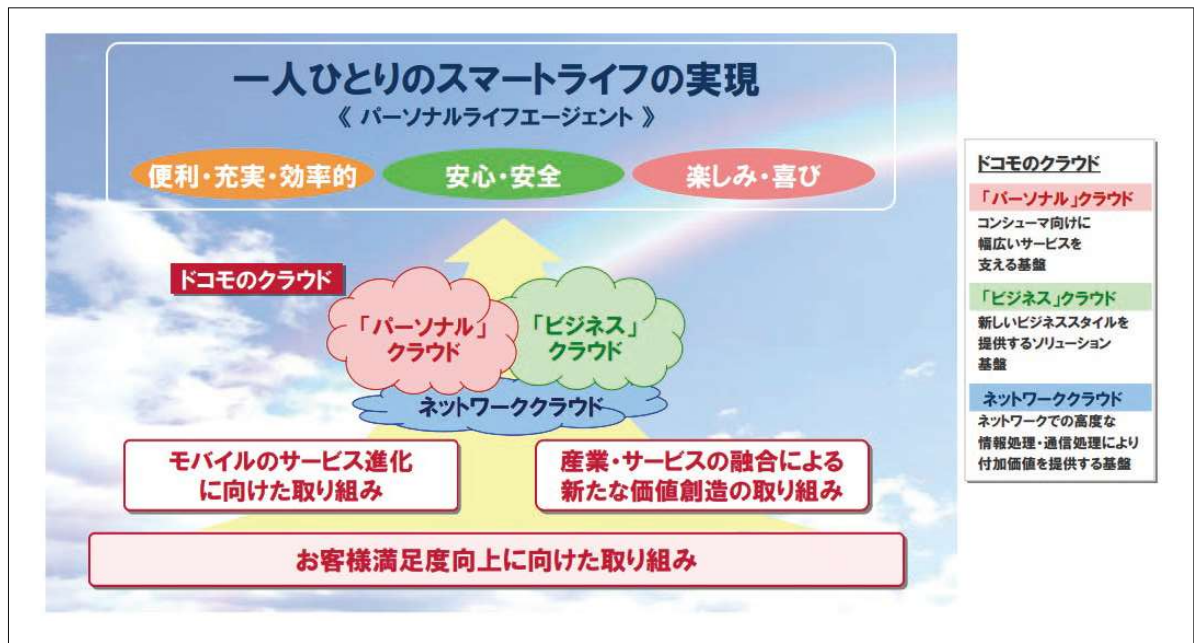
NTTドコモはその一環として、2011年11月にスマートフォン向けポータルサイト「dメニュー」の提供を開始した。コンテンツプロバイダーの多彩なコンテンツやドコ

モ独自サービスを探しやすくし、あわせて「dマーケット」という直営コンテンツマーケットも提供することにより、スマートフォンユーザーが多種多様なサービスを気軽に利用できる環境を整備していった。

こうした中、同社は2017年4月、新たな中期戦略2020「beyond宣言」を策定し、2020年以降の未来に向けて5Gで豊かな社会を実現する方針を打ち出した。そこでは「宣言5 ソリューション協創宣言」として、一次産業や教育、スポーツ、ヘルスケア、モビリティ、働き方改革などの領域でパートナーとの協創を進め、日本の成長と地方創生をめざすと宣言している(図表2-2-2)。

さらに2021年10月には「新ドコモグループ中期戦略」を掲げ、「社会・産業の構造変革」と「新たなライフスタイル創出」により「あなたと世界を変えていく」というビジョンを示した。この戦略では、会員基盤やデータ活用、端末とのシームレスな連携を活かし、新たな生活価値やライフスタイルをパートナーと共創するとともに、金融・決済や映像・エンターテインメントなど既存領域を強化しつつ新規領域の拡大によってグループ全体の成長を牽引すると

図表2-2-1 ▶ 中期ビジョン2015—スマートライフの実現に向けて—



出所：NTTドコモ「中期ビジョン—スマートライフの実現に向けて—」（2011年11月2日）