



NTTドコモ
取締役常務執行役員
プロジェクト&サービス本部長
辻村清行氏

MNPに秘策というものはない ドコモの良さは必ず理解される

auやソフトバンクの攻勢を受けて立つNTTドコモ。辻村清行氏は「端末やサービスを1つひとつ磨き上げていく」とMNPに向けた取り組みを語る。

MNPが10月24日に始まります。中村維夫社長は一貫して「総合力」で戦う方針を打ち出しています。

辻村 MNPは開始時点で終わりではなく、それ以降ずっと続きます。「MNPに向けて、この施策をすれば必ず上手くいく」などということはありません。端末やサービスなど1つひとつを丁寧に磨き上げていかなければならないと思っています。

MNPではどのくらいの加入者

が動くと予想していますか。

辻村 事業者3社のなかで移動している数は約500万で、そのうちドコモの出入りは約200万です。当社の現在の想定では、MNPでその約3割ぐらいに相当する60～70万程度増加すると考えています。

ただ、群集心理のようなものが働いてもっと動くかもしれないし、メールアドレスが変わるなどのデメリットから様子見の状態が続く可能性もあ

ります。MNPをすでに導入している国では、開始直後の盛り上がりは半年から1年程度です。しかし、こればかりは始まってみなければわかりません。

開始直後の動き方に応じて、対応するのですか。

辻村 そうですね。基本的に時間がかかること、取り組まなければならないことは早めに対応します。本当にピカピカに磨き上げたら、MNP開始以降、仮にいったん他社に移っても「やっぱりドコモのサービスの方がよかった」と戻っていただけるはずで。移行しやすいということは、戻りやすいということでもあるわけですから。

私はあまり慌てないことだと思います。中長期的にじっくりと本来のやるべきことをやっていけば、いずれお客様は当社の良さを理解してくれるのではないでしょう。

ソフトバンクによるボーダフォンの買収は、MNPの不確定要因になります。ソフトバンクについてどのように見えていますか。

辻村 ソフトバンクは、コンテンツ、販売、サービスにおける連携が考えられます。まったくのグリーンフィールドアタッカー（更地に自由設計で建築するような人）であれば、格安料金などいろいろ手を打てるでしょう。しかし、すでに約150万のお客様がいますから、その人たちを無視することはできません。端末も開発期間の問題が