

モバイルビジネス研究会

第3回会合におけるプレゼンテーションに対する 追加質問等について

・KDDI	-----	1
・CIAJ	-----	6
・インデックス	-----	16

第3回会合を踏まえた質問への回答

- 1) 御社の資料では、MVNOの参入促進に関連して、「電波利用料の負担の運用方法等についても検討が必要」と問題提起をされていますが、これは、データ需要の顕在化に伴い、データオンリー回線についても電波利用料が音声利用と同じ420円を課されることが、MVNOへのデータ回線の卸料金設定に影響を及ぼす可能性があるということでしょうか。今後の議論の参考となりますので、具体的な論点をご教示ください。

【回答】

MVNOの参入により市場の拡大が見込まれる分野として、トラフィック等が少量で、低収入単価モデルのテレメトリングなど、データ通信利用を目的としたサービスが想定されます。そのため、MVNO参入促進策の検討に際しては、現在端末毎に一律である電波利用料のあり方についても論点になり得る可能性があるのではないかと考え、提示させていただいたものです。

- 2) 「お客様、MVNO、MNOの間のwin-win-winの関係構築が必須」とした上で、「ビジネススペースの前提は、相互に補完し合い、新たな付加価値をお客様に提供できる関係が築けること」と主張しておられます。固定市場では(旧)二種事業者が様々な事業展開をしていますが、移動市場ではほとんど存在していません。(御社の主張によれば、)固定ではすべて「相互に補完し合う」形で(旧)二種事業者が事業展開しているということでしょうか。移動市場には、設備競争に力点を置くべき(固定市場と違う)固有の事情があるとお考えでしょうか。

【回答】

固定市場では、NTTの加入者回線がボトルネックとなり、設備競争にも一定の限界があります。

一方、移動市場にはボトルネック性が存在しないため、近年の電波開放促進と相まって、MNOによる設備競争が進展しています。

- 3) 消費者の嗜好が多様化する中、他社ブランドの活用(例えば、他分野で浸透している商品などを展開しているブランド)による事業展開について、どのようにお考えでしょうか。

【回答】

他社ブランドの活用については、現在でも当社にとって顧客獲得上有利と考えられる場合に行っており、今後もビジネススペースで進めていく所存です。

4) MVNO を受け入れるかどうかの要件が明確でないと、MVNO としても事業計画を立てるのが困難ではないかという議論がありました。御社として、MVNO の参入を認める場合の具体的な判断基準がございましたら、ご教示ください。

【回答】

当社では、MNO、MVNO 双方のお客様に対してサービス品質や利便性を確保するため、具体的な当社設備の利用方法とあわせて以下のような点を協議事項とさせていただく必要があると考えております。

- ① 当社の既存サービスにおけるネットワーク品質を確保するために、協力して対策を行うことができるか。(局地的利用やバーストトラフィックの回避、長時間接続の制限など)
- ② ユーザー利便性向上のために当社が実施する、技術革新に合わせたネットワーク更改等に対してMVNOの協力が得られるか。

5) 第2回会合でのMVNO協議会の説明において、MVNO側がパケット通信について料金設定権を持つことができないことから、通信料金込みのサービス料金を提示できないとしていますが、御社として何か支障となる要因はあるのでしょうか。

【回答】

MVNOの参入の形態として、卸役務による方法と接続による方法が想定されますが、卸役務についてはユーザー料金をMVNOが決定することが可能です。

接続の場合の料金設定権の所在については、個別に協議を行い、サービス提供の主体がMNOとMVNOのどちらにあるか判断する必要があると認識しております。

6) MVNO が「新たな付加価値をお客様に提供する」ためには、例えばレイヤー2接続によりMVNOにサービス構築の独自性を持たせることが考えられますが、このレイヤー2接続について、具体的にどういう条件なら可能だとお考えですか。また、可能だとすればいつから可能だとお考えでしょうか。

【回答】

レイヤー2接続の場合であっても、条件については、前記4)と同様と考えております。

ただし、当社網は現時点ではレイヤー2接続を前提としておりませんので、網改造にかかる費用については、個別に協議をさせていただく必要があると認識しております。

7) 御社の資料には、販売奨励金モデルのメリットとして、「低価格での端末提供⇒携帯電話の需要を拡大」とありますが、「低価格」であっても端末コストは最終的に通信料金で回収されているのが実態であり、消費者が「低価格」であると認識をしているから需要があるのではないのでしょうか。例えば、現行の販売奨励金モデルがあるからこそ、(ワンセグ端末などの)ハイエンド端末を安価に提供できるという議論がありますが、消費者はこうしたハイエンド端末の「本当の価格」を認識しないで購入しているという側面はないのでしょうか。

【回答】

現状でも、お客様には毎月発生する基本料・通信料を了解いただいた上でご契約いただいております。

お客様のニーズはイニシャルコストの低廉化にあることから、当社は販売奨励金モデルを導入しておりますが、今後は端末の契約期間を設定するなど、これまで以上にお客様にご納得いただける方法を検討したいと考えております。

8) 分離モデルと奨励金モデルが並存する期間において予想される具体的な課題として、どのような事項が考えられるのでしょうか。また、それを解決する方法論はないのでしょうか。また、これに関連して、御社の資料の分離モデルを導入する際の「他 MNO・MVNO 等への移行が想定されることが利用者間の不公平を招く」と指摘されている趣旨、及び同一 MNO 内において、例えば新規契約に限って分離モデルを導入するという選択肢の是非について、ご教示ください。

【回答】

当社の資料は、販売奨励金による補填を受けて端末を購入されたお客様であっても、当該端末の最低利用期間を携帯電話会社が設定することができないという理解の下、短期間で解約するお客様とそれ以外のお客様との間の不公平感が顕在化していることなどを背景に作成したものです。

一方、先日の会合で、携帯電話端末の最低利用期間を定めることが可能である旨、事務局である総務省殿よりご説明いただいたものと理解しておりますが、これは当社にとり大きな事情変更であることから、今後、多くのお客様にご納得いただけるビジネスモデルを改めて検討して参りたいと考えます。

9) 分離モデルについて、端末価格とサービス料金がアンバンドルされるため、端末価格とサービス料金・契約期間を「パッケージ化する契約が必要」とされていますが、例えばキャリア直販のモデルを考えるのであれば、現時点でもパッケージ販売は可能でしょうか。

【回答】

キャリア直販のモデルの場合、端末価格とサービス料金・契約期間をパッケージ化する契約は可能と理解しております。

なお、前記8) で言及させていただいた通り、携帯電話端末の最低利用期間を定めることが可能であれば、直販に限らず、再販でもパッケージ化は可能と理解しております。

10) 「端末価格は販売代理店が独自に設定する」とした上で、「時間の経過とともに末端の価格はばらつくことが想定される」とありますが、端末価格が販売店によって異なるのは自然ではないでしょうか。また、分離モデルの場合も、販売代理店間の競争の結果、端末価格にはばらつきが生じるという理解でよろしいでしょうか。

【回答】

両モデルとも、時間の経過により端末価格にある程度ばらつきが生じることは想定されます。

11) 御社の資料では、販売奨励金モデルの端末の短期解約の問題点が指摘されていますが、販売奨励金モデルで端末販売され、端末が安価で手に入ることにより、SIM ロックの不法解除によって海外で販売されている事例があるのではないのでしょうか。そうすると、「販売奨励金モデルによる端末の廉売と SIM の不法解除」が原因であって、現行のビジネスモデルを見直さないとする理由にはならないのではないのでしょうか。

【回答】

当社の属する CDMA2000 陣営では、SIMカードの搭載は国際標準にはなっておりません。

これまで当社では独自の判断で一部機種にSIMカードを搭載して参りましたが、ご指摘の事例については、一部存在する可能性はあるものの、それが顕在化し、当社のお客様や経営に直ちに影響を与える状況に至っているとは認識しておりません。

12) SIMロック解除に関連して、元の持ち主の個人情報が入った端末の個人情報が流出する可能性を指摘しておられますが、中古PCの販売など個人情報を消去してから販売するのは社会的責務として当然のことであり、ビジネスモデルの問題点ではないのでしょうか。

【回答】

SIMロックの解除は可能と考えております。ご指摘のとおり、ビジネスモデルの問題点ではないと考えております。

13) 御社は一部の端末にしかSIMカードを搭載していません。そのため、現在のSIMロックの議論はSIMを標準搭載している(W-CDMA陣営の)2社だけの問題となり、平等とはいえないという議論があります。今後、御社としてSIMカードの標準搭載について、どのようにお考えでしょうか。

【回答】

当社の属するCDMA2000陣営では、SIMカードの搭載は国際標準にはなっておりません。

これまで当社では、独自の判断で一部機種にSIMカードを搭載してきましたが、今後主流となるWIN端末には、すでに昨年秋よりSIMカードを標準で搭載しております。

14) 今回の資料ではプラットフォーム機能(認証・課金など)の連携についての見解が示されておませんが、移動通信事業のプラットフォーム機能をMVNO等に開放して新規ビジネスの創出を図ることについて、御社はどのようにお考えでしょうか。

【回答】

当社として新規ビジネス創出のためにMVNOとの連携に積極的に取り組んでいることについてはご説明した通りですが、その際のプラットフォーム機能の取扱いについては、お客様に対してセキュリティを保証し、安定した品質でサービスを提供できるかを総合的に勘案して判断すべきものと考えます。また、プラットフォームの取扱いに関しては、MNOとMVNOそれぞれのお客様に対する責任範囲を事前に明確にしておく必要があると考えます。

15) その他、時間の制約により会合で十分ご説明になれなかった点などございましたら、併せてご教示ください。

【回答】

特にありません。

以上

「モバイルビジネス研究会」第3回会合を踏まえたご質問（CIAJ）に対する回答

情報通信ネットワーク産業協会

1) ご説明の資料の中で、「購入価格は2万円未満、低価格優先」が趨勢という利用実態調査のご紹介がありました。また、販売奨励金を見直す際の課題として、「販売奨励金を廃止すると実売価格の高騰に伴う急激な買い替え需要の冷え込みが予測され」としていますが、これは販売価格が「低価格」となっているからであって、消費者は販売奨励金部分を利用者料金で回収されているということを十分認知していないために、現行販売モデルを前提に、こういう趨勢になっているのではないのでしょうか。

CIAJ 利用実態調査から明らかなことは、ユーザーが「購入価格は2万円未満」という金額を判断基準にしているということです。

このことから、今急激にビジネスモデルを変更して、販売奨励金制度を廃止した場合に、ユーザーへの販売価格が高騰すれば、ユーザーの買い控えが起こると考えます。

2) 多機能な端末を1年半から2年程度の買い替え頻度で販売できなくなる結果として、端末市場規模が縮小するという主張がありますが、ベンダーが多様な端末を自ら開発・販売する自由度も確保することにより、市場が活性化する(市場規模の拡大を図る、2台目端末需要を掘り起こす等)というアプローチは考えられないでしょうか。

ベンダーが多様な端末を自ら開発・販売する自由度を確保することは、「キャリアへのOEM 納入」かつ「販売網もキャリア主体」というビジネスモデルが基本構造の国内では難しいのではないかと考えます。

むしろ、CIAJ 利用実態調査にも「低価格」が携帯電話買い替え時の判断基準として大きいことから、販売奨励金の廃止がユーザーへの販売価格の高騰を招き、市場の活性化が失われることの方を心配します。

3) PC の販売の場合、販売代理店などの現場において、例えば通信サービスと PC 販売をバンドルしたものもあれば、そうでないものもあります。PC と違って携帯電話の場合は、端末とサービスのバンドルモデルでないと、研究開発や関連産業に影響が出るとお考えでしょうか。

将来は、コンテンツのオープンインターネット化が加速し、従来のキャリア囲い込みの閉鎖型ビジネスから開放型へと転換が進むという基本認識はもっております。

また、キャリア各社がサービスの進化と内容で差別化しようと考えていますので、サービスと端末は、表裏一体の関係にあると認識しています。

PC の場合は、90 年代後半に OS が統一され、共通の API ができたためにハードとソフトとのアンバンドルが実現しました。しかし、携帯電話の場合は、まだ複数の OS に分かれており、共通の API がありませんので、現状では端末とサービスはバンドルした状態で端末開発が行われており、アプリ・コンテンツもバンドルして開発されています。

従ってアンバンドルしようとする、短期的には研究開発や関連産業に大きな影響があると考えます。

4) MVNO の新規参入促進で独自端末の提供などが進むと、ベンダーにとっては商機拡大になるという考え方はないでしょうか。MVNO の新規参入の促進の是非について、ベンダーのお立場から見解をお聞かせください。

MVNO については、一般論として、普及が進むとベンダーの商機拡大に繋がると期待します。MVNO を活用する専用端末は、ユーザー（企業）ごとにカスタマイズされた機器になると思われます。現実的には、既存のどこかのキャリアネットワークを利用しますので、そのキャリアの通信方式の制約の中での端末開発となり、ベンダー単独では開発できません。

他方で前回の研究会で KDDI 殿が紹介された「いすゞ」の例のように、「データ通信機能付き車載機」といった専用端末が考えられ、そのために内蔵型の無線モジュールの開発が必要になりますが、そうした機能モジュールのビジネスが活性化することが期待できます。

今後、MVNO の参入企業の拡大で活用ユーザーが増え、そこにソリューションニーズが顕在化することを期待しています。ベンダーの立場ではこうした新しい市場がいくつも立ち上がることを願っています。

5) 販売奨励金制度について、「行政の主導的取り組みには、慎重かつ十分な検討を要する」として、「短期的」な課題を整理した上で、「中長期の視点に立った検討が必要」としておられます。ここで、「中長期」というのはどの時点をイメージされているでしょうか。また、こうした課題は、民間主導で具体的にどのように解決可能とお考えでしょうか。

中長期とは、いわゆる3.9Gのように、新しい技術に基づく製品が市場に浸透するときを想定しています。そのような新しい製品が出るときが、販売戦略を変更するチャンスになると思います。ただし販売奨励金制度をどう変えるかについては、キャリアが主導して検討すべきものであって、市場原理に委ねられるべきものと考えます。

現状でも各キャリアは様々な料金プランを用意し、また販売代理店レベルでも各種の販売促進策が展開されていますので、そうした多岐に亘る販売政策の中で、「市場原理」と「競争原理」が作用し、ユーザーの反応を見ながらキャリアと販売代理店との間で販売奨励金の在り方は解決されていくと考えます。

従って、本件に対する行政の主導的取り組みには、慎重かつ十分な検討を要すると考えます。

6) 販売奨励金制度を「短期」で廃止するとするハードランディングシナリオだと、様々な問題があるというご説明でしたが、具体的にどのような問題・負のインパクトがあるとお考えでしょうか。

ハードランディングとかソフトランディングというのは、目的を達成するための手段を言っているものと考えます。モバイルビジネス研究会の目的は、モバイルビジネスの活性化や将来の市場拡大等を検討することにあると理解しております。

プレゼンテーション資料 13 ページで述べたように、販売奨励金制度の廃止には下記のように具体的な短期課題があると考えます。

- ①販売奨励金を廃止すると実売価格の高騰に伴う急激な買替需要の冷え込みが予測され、携帯電話の国内総需要の更なる減少が予測される。
- ②次世代研究開発の加速化や技術革新にも影響を及ぼす
- ③モバイルサービス普及の鈍化に伴い関連産業へも影響を及ぼす
(例：GPSによる緊急通信位置情報通知、非接触ICカードクレジット決済サービス、ワンセグ放送など)
- ④廉価な2Gへのニーズが高まり、周波数配分計画の遅れが危惧される
(将来的に電波政策への影響が懸念)
- ⑤良質のサービスをユーザーに提供してきた代理店・販売店の経営面の影響も懸念される。
 - ◆販売粗利と販売台数の減少によるビジネスの縮小
 - ◆既存流通網の崩壊による買替市場の更なる縮小

7) SIM ロック解除の結果として、利用できる機能が限定されている点を課題として挙げておられますが、例えば「音声通話と無線 LAN 機能だけ使いたい、メールはウェブメールで十分」といった利用者ニーズには対応可能ではないでしょうか。つまり、端末機能がフルスペックのものでだけでなく多様化することにより、利用者は「必要な機能に限り選択する」こと、多様なニーズに対応するということが可能になるのではないのでしょうか。

SIM ロックを解除しなくても、現状キャリアとして端末のラインナップの充実を図っています。フルスペック多機能端末や、通話とメールに限定したシンプルな端末もあり、選択肢を設け、端末の仕様上、多様なユーザーニーズにえています。更に、アプリをソフト上で選択するか、求めるコンテンツを個々にダウンロードして使用（例：ケータイクレジットやモバイルスイカなど）しており、ユーザーは「必要な機能に限り選択する」形で、利用しています。

このような背景から、SIM ロックを解除したとしても、先日も説明したように

- ① SIMの互換性はNTTドコモとソフトバンクモバイル間のみであり、通信方式の違いから、KDDIとは互換性がなく、ユーザーにとって無用の混乱を招く。
- ② 携帯電話の発展経緯からみて、付加サービス（iモードサービス、EZweb、Yahoo!ケータイなどのキャリア独自サービス）はキャリア毎の事業戦略に依存しているため、その利用を制限（=SIMロック）しています。互換性を保証されている基本機能（音声通話など）とは異なるものです。

このような理由から、SIMロックを解除しても、付加サービスは使えず、携帯電話の標準機能（通話・SMS等）だけでは、高度なサービスの利用に慣れたユーザーの利便性向上につながらないと考えます。

上記のような課題があり、SIMロックを解除しても、多様なニーズに対応することに結びつくとは考えられません。

8) ユビキタスネット化が進展していくと、携帯端末が重要な機能を担うことが期待されますが、情報家電との連携などを考えると、ベンダー主導の携帯端末の登場により市場が活性化するのではないかという議論についての見解をご教示ください。

将来のユビキタス端末については現在の情報家電の発展の様子を見るにつけ、極めて多様化していき、市場の活性化をもたらすものと期待しています。具体的にどのような製品が現れるかについては、それぞれのベンダーの戦略であり、述べることはできませんが、FMCとか、情報家電機器や自動車などへの内蔵化など、大いに期待しています。

例えば、CIAJでは、2006年度に経済産業省から受託した「モバイル・マルチユース実証実験プロジェクト」において、携帯端末を用いたネット家電端末との連携を検討し、CEATECでデモ展示致しましたが、このようにベンダー主導でビジネスモデルを検討している例があります。

9) プラットフォーム開発について、SIM ロックを外すとキャリアとベンダーの連携が弱まるという理由について具体的にご教示ください。

現在のプラットフォームはキャリアとベンダーとが連携して開発しています。キャリア間の互換性はなく、従ってその上に載るサービス・アプリもまたキャリアごとに異なっています。SIM ロックを外すということは、その前提として、プラットフォームをキャリア共通にすることに繋がり、サービス・アプリも共通になると言うことに繋がります。そのようになれば、当然のことながら、キャリアとベンダーとの連携は弱まっていきます。

10) アプリケーションの互換性を保証するソリューションを確保するために、SIM ロックが必要とする理由を具体的にご教示ください。例えば法人市場などを考えると、むしろベンダー直販の端末が販売されて、その上に多様なアプリケーションが搭載される形の方が自由度があるという議論はないでしょうか。

プレゼンテーションの文意は、SIM ロックを解除する際に「コンテンツ産業に影響を与えないために、アプリケーションの互換性を保証するソリューションの確保が必要になる」という課題があるという意味であって、『アプリケーションの互換性を保証するソリューションを確保するために、SIM ロックが必要である』とは言っていません。質問が逆になっているように見えます。

上記9項の回答に述べたように、SIM ロックを外すことはキャリア毎のアプリ・サービスを共通化して行くことに繋がりますので、単にSIM ロックを解除するだけでなく、アプリの互換性を保証しておく必要があります。

その場合に、音声通話等基本機能以外の、iモードサービス、EZweb、Yahoo!ケータイなどのキャリア独自付加サービスも互換性を保証させるには、端末側でAPIやミドルウェアの共通化を図るとともに、iモードサービス、EZweb、Yahoo!ケータイなどの携帯電話専用Webサイトを統合できるようなコンテンツのフォーマットの統一やサーバーの統一などの大掛かりな仕組みが必要です。

また、方式や技術の違いの共通化や開発費の負担の問題など様々な課題があり、非常に困難だと考えられます。

なお法人市場でのベンダー直販に触れていますが、現行のビジネスモデルは法人市場もキャリアが販売していることを、念のために申し添えます。法人市場は、ほとんどの場合、ユーザー端末は同一のキャリアに属しますので、キャリア間に跨るようなSIMカードの使用は考えられません。

11) その他、時間の制約により会合で十分ご説明になれなかった点などございましたら、併せてご教示ください。

特にありません。

第3回会合を踏まえた質問（インデックス）

- 1) 御社の資料で、「FMC時代の次なる不安」として、ISPがFMCサービスを提供する場合の選択肢としてMVNOになる場合などを挙げておられますが、MVNOとならないとした場合において、MNOからどのような機能を具体的に開放されていればFMCを実現可能、と考えることができるでしょうか。

基本的にはISP専用の端末か、利用者が自由に（キャリアも含めた）ISPを選択できる端末が必要であると考えます。

FMCで必須となる機能は、認証・課金が一元化できること、サービス（コンテンツ）の共通化ができること、CRM（コールセンター等）の統一化ができることなどになります。これらを考えると、MNOに開放していただく機能は、契約者情報（UIDを含みます）は必須になり、ISPの接続サービス料の利用者への請求に間に合うような課金情報の連絡も重要になります。サービスに関しては、必須かどうかは別として留守電サービスのようなものや、メールをPush型で使えるようにするためには、キャリアの様々な機能を利用できるようにしていただくことが必要になります。コールセンターでの対応のためには、当然利用者特定や利用状況を即座に確認できなければならないので、MNOの基幹システムに関わる機能の開放も求められます。

以上のことを考えると、そもそもISPでは認証・課金の基盤などは持っているため、MNOとの連携システムを構築するより、MVNOとなって自社のシステムを使えるほうが安価で、また、サービスレベルを高くもしやすいと推察できると同時に、MNOの負担も減ることが予想できます。

- 2) その他、時間の制約により会合で十分ご説明になれなかった点などございましたら、併せてご教示ください。

SIMロックフリーとインセンティブを切り離して考えられないという意見があり、その論拠として、端末の値段が高くなって売れなくなりメーカーにしわ寄せが来るといったことが言われていたようですが、海外では、複数の端末と複数のSIMカードを持つといった逆の現象も起こっていますので、論拠としては不正確だと考えています。