

第2回モバイル市場の競争環境に関する研究会

消費者視点からの論点

全国地域婦人団体連絡協議会

事務局長 長田三紀

1 総論 ～シンプルで分かりやすい料金プランの必要性～

料金プランの在り方を抜本的に見直し、シンプルで分かりやすいものとする中で、消費者が自分に合ったサービスを、低廉な価格で利用できることが必要。

- これまでの累次に渡る検討に対応して、関係者がそれぞれ工夫して対応をしていただいていたことは評価します。
- しかし、様々な指摘を受けて、その都度、継ぎ足しのように料金プランが増えており、しかも、それぞれいろいろな条件がついたりしています。その結果として、料金があまりにも複雑になってしまい、説明時間が長くなる一方で、理解は困難になるなど、消費者にとっては、事態が改善したとは言えない状況にあります。
- 販売代理店も真摯に対応していただいておりますが、総務省のモニタリング会合によれば決められた事項は概ねきちんと説明しているようですが、それにもかかわらず、消費者は、自分の契約内容をきちんと把握できていなかったり、利用実態に合わないプランを選択してしまっていることも多いというような調査結果が出ていることは、大きな問題です。
- 現在の複雑過ぎる料金プランは、関係者が前向きに取り組んでいただいているにもかかわらず、全体として、それ自体が消費者による適切な選択を阻害するものとなっていると言わざるを得ません。
- 競争は、事業者のための競争であってはならず、利用者がその便益を享受できるものでなければ意味がありません。
- もはや小手先の対応は限界を迎えており、そろそろ抜本的な解決を検討すべき時期に来ているのではないのでしょうか。

- 具体的な解決の方向性は、複雑過ぎる料金プランは、消費者による適切な選択を阻害するものであって改善すべきものであることを認識し、シンプルで分かりやすい料金プランにしていくために協力して取り組んでいくことです。
- シンプルで分かりやすい料金プランになっていくことによって、消費者は、自分のニーズを認識し、それに合ったサービスをきちんと選択できるようになります。しかも、消費者にとってメリットがあるだけでなく、販売代理店も料金プランに関する説明時間を短縮でき、より必要とされる説明を適切に行うことができるようになり、事業者も様々なコ

スト削減になるなど、誰にとってもメリットがあるのではないのでしょうか。

- シンプルで分かりやすい料金プランの実現に向けて、一日も早く抜本的な見直しを行うことを望みます。

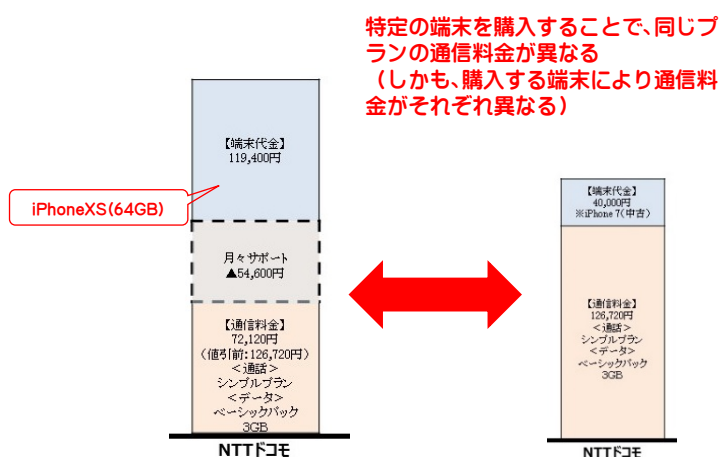
2 各論 ～シンプルで分かりやすい料金プランのために～

(1) 端末と通信に関する料金の完全分離

依然として端末の料金と通信の料金とが実態として明確に分けられているとは言えず、消費者が何にいくら支払っているのか明確にするため、端末と通信の料金を完全分離すべき。

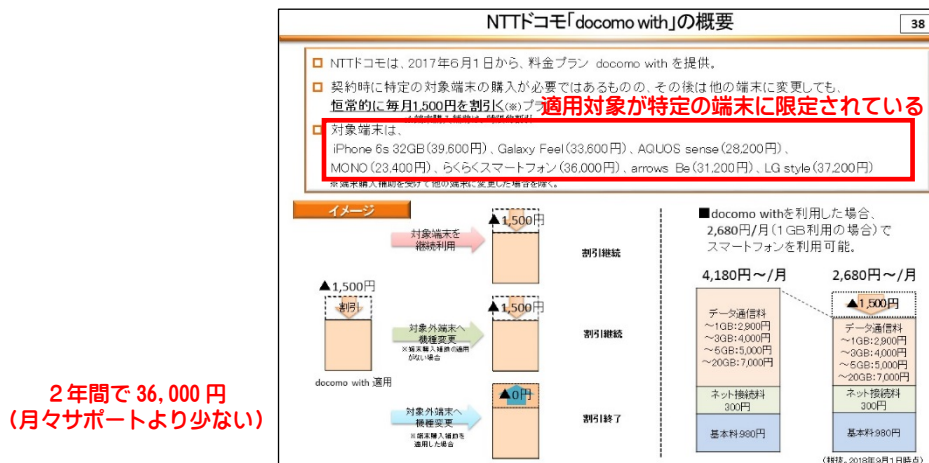
- 同じ通信サービスなのに、特定の端末を購入することにより異なる料金となる場合があります。しかも、購入する端末により、それぞれ料金が異なることもあります。

例:NTTドコモの「月々サポート」(KDDIの「毎月割」、ソフトバンクの「月月割」も同様)



(第1回参考資料36頁及び37頁より作成)

例:NTTドコモの「docomo with」



(第1回参考資料38頁より作成)

- 「実質端末代金」いくらというような広告も、目にします。
- 実際には、通信料金ではなく、端末代金の割引というのが実態であり、それが現れているのではないかと思います。
- また、端末に関する条件により通信料金を割り引くなど無理矢理とも思えるようなやり方はやめにして、端末の代金、通信の代金を完全に分離し、それぞれシンプルかつ明確に分かるようにすべきではないでしょうか。

(2) 各種条件の簡素化

電話・データのプランでの組合せの可否や割引に関する複雑な条件については、基本的に廃すべき。

- 基本的なプランである電話のプランとデータのプランについて、相互に組合せができないものがあります。

例：KDDIのデータプランと音声プラン

会社名		KDDI	
音声通信 基本料※1 (2年契約)	カケホ (国内通話かけ放題)	2,480円	2,700円
	スーパーカケホ (1回5分以内の国内通話かけ放題)	1,480円	1,700円
	シンプル(従量料金)	980円	-
	ネット接続料	300円	
データ通信料※2	用途	段階制定額	定額
	～1GB	1,700円	2,900円※4
	～2GB	2,700円	3,500円※5
	～3GB	3,700円	4,200円
	～5GB	4,700円	5,000円
	～20GB	5,700円	4,720円 6,000円
	～30GB	-	6,720円 8,000円
	～50GB	-	-
追加	550円/0.5GB、1,000円/1GB		
月々サポート等	不可	可※6	
合計	2,980円 ～8,480円	6,000円 ～9,500円	4,900円 ～11,000円
(参考) docomo with※8 適用の場合	-		

特定のプランとのみ組合せ可能
(シンプルプランは、
いずれとも組合せ不可)

※1 通話基本料は通話時間や通話内容により制限される。速度制限の解除にはデータ量の追加購入が必要。
※2 4GBを超えた場合は、4,480円/0.5GB(1GB)を超過した場合は、月々サポート等の適用不可。
※3 通話基本料は通話時間や通話内容により制限される。
※4 ※5 カケホとの組合せのみ可。 ※6 1GBプランの場合、月々サポート等の適用不可。
※7 通話基本料は通話時間や通話内容により制限される。
※8 docomo withは、通話基本料は通話時間や通話内容により制限される。

(第1回参考資料31頁より作成)

- 割引については、適用に条件がつけられることが多く、しかも、非常に複雑なものや、消費者にとってその理由が理解できないものもあります。

例：KDDIの「スマホ応援割」・ソフトバンクの「1年おトク割」

大手携帯事業者3社の割引例				
割引名	概要	割引額	備考	
NTTドコモ	ずっとドコモ割プラス	家族100～2,500円/月 ～100～800円/月 ※dポイント進呈も選択可能	契約するバックパックにより割引額が異なる。	
	端末購入サポート	購入機種の利用及び適用条件の契約の継続を条件として、機種の購入代金の一部を割引	約3万円～10万円 (機種や新規/MNP/機種変更によって異なる。)	2年契約の解約金とは別に、12か月以内に新たな機種の購入、指定プラン以外への契約変更や解約を行った場合、概ね1.5万～4万円の解除料が発生。
KDDI	iPhone キガワチャレプラン	対象機種を新規契約(他社からのお乗りかえ含む)・機種変更でご購入と同時に「au7Gホアプラン」にご加入を条件として割引	1年間 au7Gホアプラン/20/30 520円/月 au7Gホアプラン/25 Netfixパック 1,020円/月	H30.9.14～H30.11.30のキャンペーン。対象機種はiPhone8以降。
	スマホ応援割	機種変更・新規契約と同時に「au7Gホアプラン」/「au7Gホアプラン」にご加入を条件として割引	1年間 1,000円/月	機種変更(は端末購入必要、新規契約は端末購入不要)は適用されない。 au7Gホアプラン(シンプル)を選択した場合は、スマホ応援割は適用されない。
	iPhone MNP au購入サポート	MNPでiPhone7・iPhone8を購入し、2年契約で「au7Gホアプラン」/「au7Gホアプラン」の加入を条件として割引	iPhone8 45,000円 iPhone7 35,000円	2年契約の解約金とは別に、12か月以内に指定プラン以外への契約変更や解約を行った場合、概ね1万～3万円の解除料が発生。
ソフトバンク	キガワチャレプラン+	新規契約又は機種変更し、「データ定額50GBアス」の加入を条件として割引	1,000円/月 (2019年4月請求分まで)	端末購入不要。 H30.9.6～H30.11.30のキャンペーン。
	1年おトク割	新規契約又は機種変更し、「データ定額50GBアス」(データ定額モニター)の加入を条件として割引	1年間 1,000円/月	端末購入不要。
	USIM単体専用割	持込み端末で、通話基本プラン・2年契約申し込み(3,900円/月)で契約すると割引	2年間 3,000円/月	1年おトク割は適用されない。

スマホ応援割は、ピタットプラン
(シンプル)との併用不可

USIM 単体専用割は、1年おトク割との併用不可

(第1回参考資料32頁より作成)

例：KDDIの「毎月割」

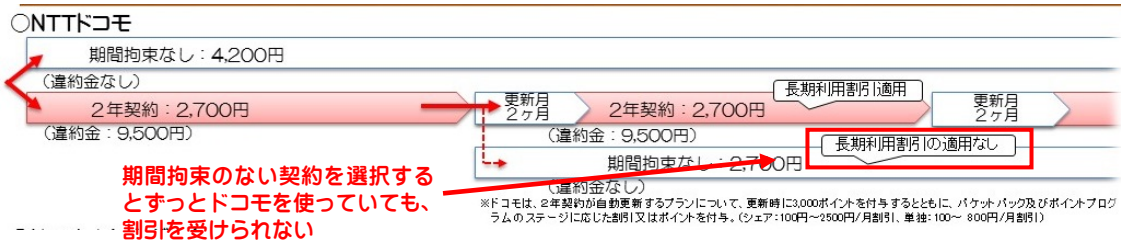
会社名		KDDI	
音声通信 基本料 ^{※1} (2年契約)	カケホ (国内通話かけ放題)	2,480円	2,700円
	スーパーカケホ (1回5分以内の国内通話かけ放題)	1,480円	1,700円
	シンプル (従量料金)	980円	-
ネット接続料		300円	
データ通信料 ^{※2}	用途	段階制定額	定額
	～1GB	1,700円	2,900円 ^{※4}
	～2GB	2,700円	3,500円 ^{※5}
	～3GB	3,700円	4,200円
	～5GB	4,700円	5,000円
	～20GB	5,700円	4,720円
	～30GB	-	6,720円
～50GB	-	-	
追加	550円/0.5GB、1,000円/1GB		
月々サポート等	不可	可 ^{※6}	
合計	2,980円 ～8,480円	6,000円 ～9,500円	4,900円 ～11,000円
(参考) docomo with ^{※8} 適用の場合	-		

毎月割は、
1Gプランとの組合せ不可

^{※1}通信速度が送受信時最大128kbpsに制限される。速度制限の解除にはデータの追加購入が必要。
^{※2}。 ※4 スーパーカケホとの組合せのみ可。 ※5 カケホとの組合せのみ可。 ※6 1GBプランの場合、月々サポート等の適用不可。
^{※7}。 ※8 docomo withとの組合せは、月々サポート等の適用不可。

(第1回参考資料 31 頁より作成)

例：NTTドコモの「ずっとドコモ割」(長期割引)



(第1回参考資料 49 頁より作成)

- このような電話・データのプランでの組合せの可否や割引に関する複雑な条件が、複雑な料金プランの最大の要因となっているものです。
- このため、電話のプラン、データのプラン、各種割引は、それぞれどのような組合せでも選択可能とすべきであり、そのための改善を早急に図るべきではないでしょうか。

(3) 同一サービス同一料金

同じサービスについては、同じ料金となるようにすべき。

- 同じサービスについて、各種割引の適用があることはあっても、そもそもの料金が異なるのは、消費者にとって理解できません。

例：各社の定額プラン、KDDIの音声通信基本料

会社名	NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク	
	料金	備考	料金	備考	料金	備考
音声通信基本料	2,700円	カケホーダイプラン(国内通話かけ放題)	2,480円	カケホーダイプラン(国内通話かけ放題)	2,700円	定額オプション(国内通話かけ放題)
2年契約	1,700円	カケホーダイライトプラン(1回5分以内の国内通話かけ放題)	1,480円	スーパーカケホーダイ(1回5分以内の国内通話かけ放題)	1,700円	定額オプション(1回5分以内の国内通話かけ放題)
ネット接続料	300円	シンプルプラン(定額料金)	980円	シンプル(定額料金)	980円	通話基本プラン(定額料金)
データ通信料	300円	300円	300円	300円	300円	300円
月額定額	2,900円	2,900円	2,900円	2,900円	2,900円	2,900円
追加	1,000円/1GB	1,000円/1GB	550円/0.5GB, 1,000円/1GB	550円/0.5GB, 1,000円/1GB	550円/0.5GB, 1,000円/1GB	550円/0.5GB, 1,000円/1GB
合計	4,180円	4,180円	2,980円	2,980円	4,900円	4,900円

選択するデータプランにより音声通信基本料が異なる

1GB + 追加1GB (2,480円 + 1,000円) より2GB (4,480円)の方が高い

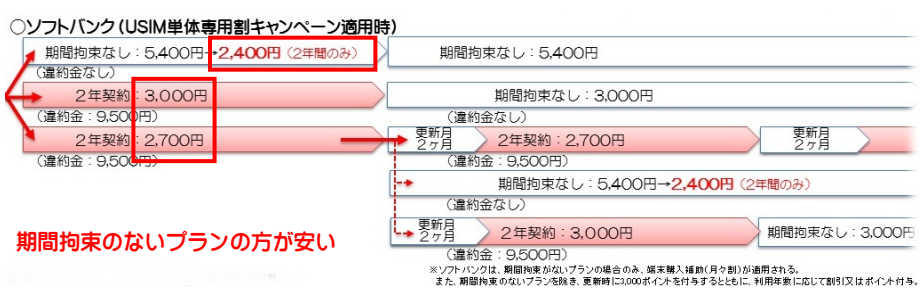
同じデータ量なのに、プランにより価格が異なる

(第1回参考資料31頁より作成)

- (2)のように、電話のプラン、データのプラン、各種割引はどのような組合せでも選択可能とした上で、他のプランや割引をどのように選択したとしても、同じサービスについては同じ料金となるようにすべきではないでしょうか。

- さらに、利用者を惑わせるような料金プランの設定も見受けられます。消費者を混乱させることのないよう、このような料金プランは、改善すべきではないでしょうか。

例：ソフトバンクの期間拘束ありのプランとなしのプラン



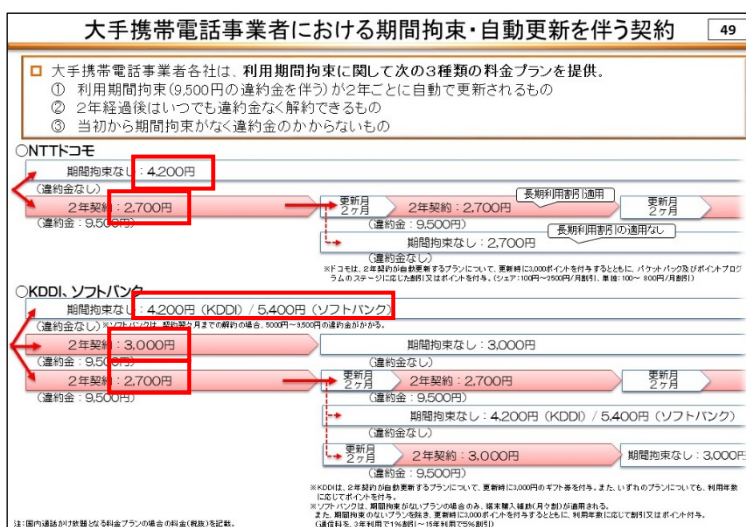
(第1回参考資料50頁より作成)

(4) 期間拘束の自動更新

期間拘束の自動更新は、消費者を過度に拘束するものであるため、直ちに止めるべき。そもそも期間拘束による違約金の仕組み自体を撤廃すべき。

- 自動更新しないプランが登場しているものの、自動更新プランと比べ、月額が相当程度高い設定となっており、選択肢として機能しているとは思えません。

期間拘束の有無で価格が大きく異なっている



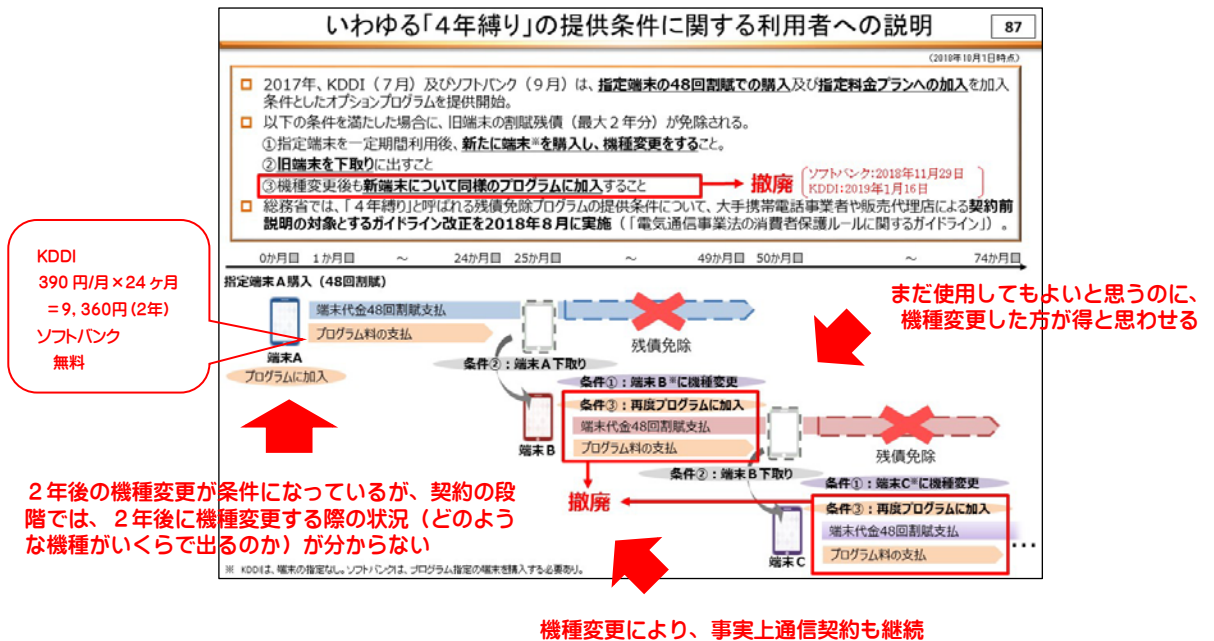
(第1回参考資料49頁より作成)

- また、契約段階で2年後の選択まで実質的に行うことは、消費者にとっては非常に難しいものです。
- 海外を見ても、欧州では、24ヶ月を超える拘束は禁止されていると聞きます。
- しかも、この問題は、平成27年の「利用者視点からのサービス検証タスクフォース」においても、課題が指摘されているものです。
- 自動更新は消費者を不当に縛るものとなっており、期間拘束を行う場合であっても、自動更新は、直ちに止めるべきではないでしょうか。
- 2年間の期間拘束を行っているにもかかわらず、1年目だけに適用される割引を設定した上で、1年目の月額料金を前面に出した広告が行われており、消費者が惑わされています。
- 消費者側でもきちんと見極められる力をつけることは必要ですが、期間拘束を行う場合には、一定期間の定期契約であることを明示するとともに、その期間での料金を利用者に示すべきではないでしょうか。
- 先日知人が期間内に解約するために店舗の窓口で違約金が発生することについての説明を1時間にわたって受けたそうです。
- そもそも、そこまで説明困難な期間拘束による違約金の仕組み自体を撤廃してはいかがでしょうか。

(5) 割賦購入の残債免除

機種変更を条件とした割賦購入の残債免除は、十分な情報のないままに消費者に判断させ、事実上2年後の機種変更及び通信契約の継続をさせるものであり、直ちに止めるべき。

- 割賦購入の残債免除について、オプションプログラムへの継続加入を要件としないという見直しを行うこととしたことは、評価します。
- しかし、当初の契約の段階で、2年後の状況（機種や価格等）が分からないまま2年後の機種変更を条件とした残債免除による免除額の提示により、オプションプログラムへの加入の判断を消費者に強いることは、不当なものです。
- 通常の下取りは、機器の購入の契約段階で下取り価格を提示され、必要な全ての情報をもとに判断できるものですので、割賦購入の残債免除は、それとは全く異なるものです。



(第1回参考資料 87 頁より作成)

- 2年後に機種変更をせず、残債免除を受けないという選択も可能ですが、オプションプログラムに入り、プログラム料を支払うことになれば、事実上、その選択は2年分のプログラム料を捨てることになり、消費者は、2年後に、そのような制約の下で選択することになるものです。
- 端末の平均使用期間は長期化しているといわれています。そのような中で、消費者に対し、2年後に機種変更することが得なのではないかと思わせ、まだ使用しても問題ないと思っている場合でも、機種変更を選択させられるようなことになっている場合もあると思います。
- また、機種変更を条件とすることは、事実上、その後も通信契約を継続することを条件とされていることと同じです。もちろん、機種変更をしても通信契約を解除することも可

能ですが、機種変更をしながら通信契約を解除することは、違約金など不利益が多く、消費者にとっては通常は考えられません。

- このように、機種変更という将来における一定の行動を条件とし、十分な情報がないままに消費者に判断させ、事実上、通信契約を継続させるような割賦購入の残債免除は、直ちに止めるべきではないでしょうか。

(事例について)

- ※ 今回お示した事例は、いずれも第1回の参考資料に掲載されていた料金プランなどの概要を元に作成しましたが、その範囲でも、これだけの疑問点があります。各社のパンフレットを見ると、本当にたくさんの注記があり、それらを消費者が全て理解することは、非常に困難です。
- ※ シンプルで分かりやすい料金プランを実現するために、各事業者において、それぞれ検証いただくことを望みます。

3 その他

(1) 端末購入補助

過度の端末購入補助は、消費者は合理的に理解することが難しいため、適正な範囲であるかきちんと検討すべき。

- 昨年度は減少しているようですが、依然として、多額の端末購入補助が出されています。端末購入補助の原資は、通信サービスでの収入なのではないかと疑われます。
- 販売代理店では、依然として、実質端末価格いくらというような売り方をしています。
- 端末購入補助は、その端末により大きく異なっているために、元々の価格が高い端末が、実質的に、より低廉な価格で購入できることになっています。
- 端末の下取りについても、なぜそれだけの下取り価格が提供されるのか、消費者には合理的に理解することが難しいものです。
- ハイスペックな機能をもつ高価な端末が安く手に入ればついそれを選んでしまいがちですが、機能の多くを使いこなせないのであれば、私たちはシンプルで安い端末を選ぶべきです。高い端末の方に多額な購入補助をつけることは、一見、お得に見えますが、結果的には通信料金で自分自身や他の利用者が支払うこととなります。
- 機能や性能などに応じて高い端末は高く、安い端末は安く販売される中で、消費者は自分に合った端末を選び、また、中古端末も流通する中で、希望する消費者は中古端末を選ぶという形で、多様な端末の中から消費者が自らに合った端末を合理的に選択できるようにすることが望ましいのではないのでしょうか。

(2) 販売代理店での広告表示

販売代理店での広告についても、業界団体での対応を促進していくべき。

- 販売代理店での広告は、時期によっては、かなり誘因力が強いものも見られます。
- 事業者によるパンフレットなどには、注記がされていますが、店頭等の広告では、必ずしも消費者が細かな条件を認識できるようになっているとは言えず、そのような広告によって、店舗に誘因されてしまうという問題が生じています。
- 関係団体による電気通信サービス向上推進協議会での広告表示関係の取組が行われていますので、この取組をさらに強化し、全国携帯電話販売代理店協会などの参加も得て、販売代理店も含めた取組を行うべきではないのでしょうか。

(3) 利用実態に応じた料金プランの案内

過度の端末購入補助は、消費者は合理的に理解することが難しいため、適正な範囲であるかきちんと検討すべき。

- 事務局の論点資料では、MNO3社による「過去の利用実績等に基づき、利用金額が適正となる料金を案内する」取組の検証などを行うべきこととされています。
- 料金プランの案内には、どのように通信サービスを利用しているのかを把握されるこ

とになるものであり、消費者の中には、案内を希望しない者もありますので、料金プランの案内は、希望に応じて行うことが必須です。

- そもそも、ミスマッチの問題については、シンプルで分かりやすい料金プランにしてい
くという根源的な要因への対策を行うことでミスマッチ自体の発生を減少させていくべ
きではないでしょうか。

(4) 複数サービスの拘束期間

複数のサービスをセットで契約している場合に、複数の拘束期間があるのであれば、いずれのサービスについても違約金を支払わずに解約できる期間を設けるべき。

- 事務局の論点資料では、「利用者による自由なサービス・事業者選択を確保するため、複数サービスの円滑な乗換えを可能とするための措置について検討することが必要」とされています。
- 「インターネット回線」と携帯電話で、拘束期間が異なる場合があるなど、いずれかのサービスの解約について違約金の支払いが求められるのは、消費者の自由な選択を制約するものです。
- セットでのプランを提供しており、事業者もそのことを把握しているものと思いますので、いずれのサービスについても違約金を支払わずに解約できる期間を設けるよう早急に改善をすべきではないでしょうか。

(5) MVNOサービスをもっと身近に

低価格でシンプルなサービスを提供しているMVNOサービスをライトユーザーに身近なものにする仕組みづくりが必要です。

- 2017年度に日本生命保険相互会社と日本郵便株式会社が「郵便局ネットワークを活用した地域共通インフラ構築に向けた実証実験」を実施しました。それは、郵便局に設置したテレビ電話窓口で保険の保全手続きについて画面共有システムを通じて手続きや相談を行うという実験でした。この仕組みを全国すべての郵便局に設置できれば、店舗がない、あるいは少ないというMVNOの弱点はかなり克服できるのではないかと思います。端末の不具合やサービスについて相談したい時、困った時にネットを通して対面でやりとりできることは、大きな力になると思います。現在情報通信審議会において郵便局の活性化について審議されていますが、ぜひ、実現されるよう期待しています。
- こうしてMVNOサービスがどこに住んでいても利用しやすくなれば、必然的にMN
Oとの競争環境が進み、料金水準の低廉化に貢献できるものと考えます。