

## モバイル市場の競争環境に関する研究会ヒアリング追加質問事項

ヒアリング事項	回答
<b>共通事項</b>	
<p>① 2年縛りの解約金の算定根拠と、実際の数値を入れた計算プロセスをお示しいただきたい。平均的な逸失利益を下回る額との説明があったが、具体的にどのように算定し、どのような額となっているのか。</p>	(構成員限り)
<p>② 2年縛りなしプランとありプランの料金差の算定根拠と、実際の数値を入れた計算プロセスをお示しいただきたい。ソフトバンクにおいては、9月に縛りなしプランを値上げする前と後の双方の算定根拠を示して欲しい。</p>	市場動向、競合他社の動向を踏まえて決定しています。
<p>③ データに基づいて施策の効果を検証することが重要であり、次の数値について、数年の経緯が分かるような形で、お示しいただきたい。なお、公表できないのであれば、本研究会委員限りでよい。</p>	—
<p>a 端末に係る収益・費用（費用にあつては、仕入れ額、端末購入補助の額、通信料金による割引等の額等の内訳）</p>	経営情報につき非開示とさせていただきます。
<p>b 端末購入補助の額（通信役務の割引等の額、端末代金の割引等の額）、経済上の利益</p>	(構成員限り)
<p>c 代理店への支払金の額（総額、うち販売奨励金の額、うち端末販売奨励金の額）</p>	(構成員限り)
<p>d 新規契約数（うち端末購入を伴う契約数、うち割賦販売数）、端末変更数（うち端末購入数、うち割賦販売の数）</p>	経営情報につき非開示とさせていただきます。
<p>e 期間拘束ありの契約数（自動更新あり・なしの別）、期間拘束なしの契約数 ※提供いただけない場合、期間拘束や自動更新のないプランが実質的な選択肢となっていないとの主張への反証となり得る数字にはなっていないと理解するが、良いか。</p>	(構成員限り)
<p>f 端末の下取り台数・下取り合計額及び当該端末のうち売却台数・売却合計額（及び主な売却先）</p>	(構成員限り)

<p>③の数値について、定期的に公表できないか。公表できないとした場合であっても、定期的に行政に提出し、必要に応じて、本研究会のような検討の場等に委員限りで示すことについてはどうか。</p>	<p>(構成員限り)</p>
<p>⑤ 解約率を算定するに当たっての分子、分母は何か（数値そのものではなく、例えば、分子についていかなる期間におけるいかなる数値を用いたか説明いただきたい）。</p>	<p>解約率は、「当月解約」÷「前月稼働」で算出しています。          例えば年度の解約数は、以下の計算式で出されます。          「4～3月解約数合計」÷「3～2月稼働数合計」</p>
<p>⑥ 海外（米英独仏）では、キャリアの値引き以外に、代理店が大幅に値引きするという行為はほとんど見られないところ、なぜ日本ではこのような値引きが行われるのか、何か構造的な違いがあるのか、もし何か情報があれば教えて欲しい。</p>	<p>米国では、BestBuy、Target、Walmartといった大手量販店では、独自の値引きを提供しています。（価格を自ら決定）          具体的には、端末と利用キャリアを限定したギフトカードでの還元など、量販店独自の割引を実施しています。（例えば、TargetでVerizon、AT&amp;T、SprintのいずれかのキャリアでiPhoneXsを購入した場合に250\$のギフトカードをもらえるなど）</p>
<p>⑦ 大手量販店のキャリア各社のコーナーは、代理店ではなくキャリアによる直契約と認識している。とすれば、「一括0円」やキャッシュバック10万円といった売り方は、端末購入補助ガイドラインに抵触するのではないか。これはどのように考えればよいのか教えていただきたい。ちなみに、有楽町駅前のビックカメラの各社のコーナーは直契約かどうか教えていただきたい。「代理店独自値引き」と値札に書かれていたが、そうなのか。直契約ではないのか。</p>	<p>(構成員限り)</p>

KDDI個別質問	
<p>資料10頁で、利用者向けの5G対応端末及びその前提である5Gサービスの詳細は決まっているのか。なぜ「高価になると想定される」のか。また、高価にならないようにメーカーが努力すべきではないのか。</p> <p>①</p>	<p>今後、2019年度には5Gサービスが他国に先駆けて提供開始される見込みですが、先行する分、端末価格は当面高額になると想定されます。</p> <p>端末は、5Gの新周波数に対応したチップセット、アンテナ数の増加、高速大容量の特性を活かすための高精細液晶、カメラなど、5Gに対応するための基本となる部分で高額となると想定しています。</p> <p>5G対応端末の普及と共に低廉化していくと考えておりますが、メーカーの努力については事業者としては答える立場にございません。</p>
<p>資料11頁で、ピタットプラン・フラットプランの契約のうち、KDDIでの端末購入を伴う契約の数、うち割賦販売契約による支払数は、どうなっているのか。ピタットプラン・フラットプランの契約のうち、プログラムの対象となりうる契約の数を示していただきたい。</p> <p>②</p>	<p>経営情報につき非開示とさせていただきます。</p>
<p>資料12頁で、「最大半額」が強調されているが、資料8頁のとおり、実質的な補助額は、それよりも遙かに少ないため、不当な表示なのではないか。</p> <p>③</p>	<p>本記載は、割賦販売契約に係る分割支払金というお客様の債務が、最大半額なくなるという事実を表しており、半額分の購入補助を約束していると表記しているわけではないことから、不当表示には当たらないと考えています。また本プログラムについては、お客様にもご理解のうえご契約いただいておりますが、引き続きご理解いただけるよう、丁寧な説明に努めてまいります。</p>

<p>資料 1 3 頁で、「海外においても機種変更を条件とした端末購入の残債免除は一般的」と主張する根拠を示していただきたい。AT&amp;T以外の事業者や米国以外でも提供されているのか。また、具体的な加入者数などのデータはあるのか。NRIの調べでは、「一般的」とはいえないのではないかと考える。</p> <p>④</p>	<p>各国において、複数の事業者が採用しています。</p> <p>米国 ●AT&amp;T : AT &amp; T NEXT,AT&amp;T Next Every Year ●T mobile : JUMP! ●Verizon : Annual Upgrade Program</p> <p>豪州 ●Telstra : Telstra New Phone Feeling ●Optus : New Phone Trade Up option</p> <p>韓国 ●SKT : Newプレミアムクラブ ●KT : Change Up</p> <p>等</p> <p>加入者数について、AT&amp;Tでは、2018年第3四半期のAT&amp;T Next販売数は400万で、当期中に販売されたポストペイドスマホ（新規加入及び機種変更）の80%にあたります。また、ポストペイドスマホ加入者の50%以上が、AT&amp;T Nextを利用しています。</p> <p>以下の事業者においては、リース契約と契約期間内に端末をアップグレードできる仕組み等を組み合わせた類似のプログラムも採用されています。</p> <p>米国 ●Sprint : Sprint Flex ●T mobile : JUMP!On Demand</p> <p>豪州 ●Telstra : Mobile Lease Plans ●Optus : My Plan Flex</p>
<p>資料 1 5 頁で、自動更新ありとなしで、当該期間における役務の提供関係に差異がないにもかかわらず、割引額を異ならせている理由は何か。</p> <p>⑤</p>	<p>市場動向、競合他社の動向を踏まえて決定しています。</p>
<p>資料 2 3 頁及び 3 9 頁で、自社で提供しているサービスに係る契約満了期間について、どう考えているのか（auひかりの場合や家族で契約満了期間が異なっている場合など。）。</p> <p>⑥</p>	<p>各サービスのご加入時に、契約期間や解除方法について、法令に則って説明を行い、理解いただいた上で加入いただいています。</p> <p>各サービスで契約満了期間が異なることについては、ご了解いただいていると認識しています。</p>
<p>資料 3 2 頁で、契約時ではなく、誘引に用いるパンフレットなどでは、総額表示はしていないのか。</p> <p>⑦</p>	<p>パンフレットなどでは、お客様ごとの料金プランやオプションが確定していないため、資料32項で示した料金支払総額をお示しすることはしておりません。</p>

<p>資料3 3頁で、ショップ店頭での広告物を「事前・事後チェック」しているとのことだが、北構成員の発表資料で示されたような有利誤認を招く（かつ下品で信頼を損なうような）広告があちこちのauショップで見られるのはなぜなのか、教えていただきたい。また、チェックのための基準があれば提供いただけないか。基準に違反した広告物を掲げたショップに対する制裁は何かあるのか（複数回の違反で代理店契約を解消するなど）。</p>	<p>当社では、auショップの屋外広告物については全数チェックを行っており、各種の法令・ガイドライン遵守により、有利誤認を招かぬよう努めています。ただし、最終的な店頭での販売価格については、代理店が設定しています。</p> <p>違反した代理店及びショップに対しては、当社より厳重注意を行っています。</p>
<p>資料3 4頁の「平均請求額」の推移について、実額を提示いただきたい。一定の過程に基づく試算値か、実績値か。いずれにせよ、その詳細を説明いただきたい。</p>	<p>(構成員限り)</p>
<p>資料4 0頁で、音声基本料とデータプランとの組合せについて、今後は、全て自由に組合せ可能とするという理解で良いか。過去のプランについては、どうするのか。各種割引との組合せについて、自由になっているのか。また、端末との関係で、条件がついているものはないか。</p>	<p>料金施策については、自社の販売戦略に基づき決定していますが、引き続き、市場動向、競合他社の動向等を踏まえ、検討してまいります。</p>
<p>資料4 0頁で、端末は代理店が販売しているものであるため、割賦販売によるもの以外についてSIMロックをかける理由はないのではないかと。</p>	<p>お客様が割賦販売を選択するか、一括販売を選択するかは、店頭で決定されます。そのため、メーカーでSIMロックを実装するタイミングにおいては、一律で設定しています。</p>
<p>販売代理店を通じた端末購入補助（キャッシュバック含む）について、ソフトバンクから提案があったが、貴社の考え方を教えていただきたい。行き過ぎた補助は問題である、という考え方である場合、どのようにして行き過ぎないレベルに抑えるか、その方法論についてアイデアがあれば教えていただきたい。</p>	<p>行き過ぎた端末購入補助は問題ですが、一定の補助は必要であると考えます。今後、方法論については検討していきたいと存じます。</p>