

消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG  
第2回会合資料

---

# 主要検討項目について

2014年3月20日

---

株式会社 野村総合研究所  
ICT・メディア産業コンサルティング部

北 俊一 (Shun'ichi Kita)

〒100-0005  
東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル

## 1)販売勧誘活動について

# キャリアによる代理店管理手法、特に手数料体系の刷新が求められる

- いくら規制を強化しても、キャリアから代理店に支払われる手数料体系(ペナルティを含む)が変わらなければ、代理店を通じた過度な販売勧奨と、それに伴うトラブルはなくなる
- 携帯電話の場合は、どれだけ回線や端末、アプリを販売したかという「フロー」に偏重した販売系手数料から、販売した回線や端末、アプリがどれだけ利用されているかという「ストック」に対する継続系／CRM系手数料を手厚くする方向へシフトすべき。「販売」代理店から、「CRM」代理店へ。
  - アプリの“抱き合わせ販売”“強制販売”の要因の一つは、代理店評価指標に、アプリの“付け率”が入っているため
- ただし、現在携帯電話キャリアによるショップ運営代理店網の筋肉質化(淘汰)が進められており、その課程において、トラブルを生じさせるような無理な販売が行われがちであることに留意
  - 現在、複数のキャリアにおいて代理店の淘汰が進行中であり、iPhone一台あたりの代理店粗利がAndroidよりも低いことも相まって、代理店が生き残るために、ユーザーに不要なアプリや低ARPU端末(フォトフレームや見守りケータイなど)を押しつけ販売しているのが実情。それを本来指導するはずの支社や支店も、自らの評価が上がるため目をつぶってしまうことが問題
- 光ファイバーやモバイルデータ通信の場合は、キャリアから代理店(あるいは1次から2次代理店)に対する、苦情等トラブルへのペナルティの大幅強化を含め、販売数よりも、しっかりと丁寧に説明して成約率・利用率を高めた方が儲かるような手数料体系への転換が求められる。
  - キャリアによるWeb-CTIシステムの貸与、代理店間の“ブラック”情報の共有、全通話の録音義務づけなども有効か

## 2) キャッシュバック等販売奨励金の在り方について

# キャッシュバックに対する何らかの規制が必要

### ■ MNPキャッシュバックの横行は、キャリア間の**差異化要素が希薄化したこと**が最大の要因

- スマホの普及、特に全キャリアからのiPhone5s/5c販売を機に、キャリアの均質化が進行
- 各キャリアが、自主的にキャッシュバックの原資となるMNPインセの縮減・廃止に動き出したようだが、キャリアが差異化要素を作り込まない限り、キャッシュバックは復活する
- また、キャリアが**月次純増数**や**MNP純増数**をKPIに掲げ、それがキャリアのモメンタムを表す指標として使われる限り、復活する → より詳細な純増の中身(稼働数等)を公表するか、公表を取りやめるか

### ■ MNPキャッシュバックの功罪

#### ● 功:

- 最新・高機能スマホを「実質負担金ゼロ」+高額キャッシュバックで買い換えられる  
(2年縛り契約の中途解約に係る違約金や、割賦残債を支払っても余りある金額)
- “MNP弾”を作りこみ、戦略的にMNPを繰り返すことで多額の現金が手に入る(“MNP乞食”)

#### ● 罪:

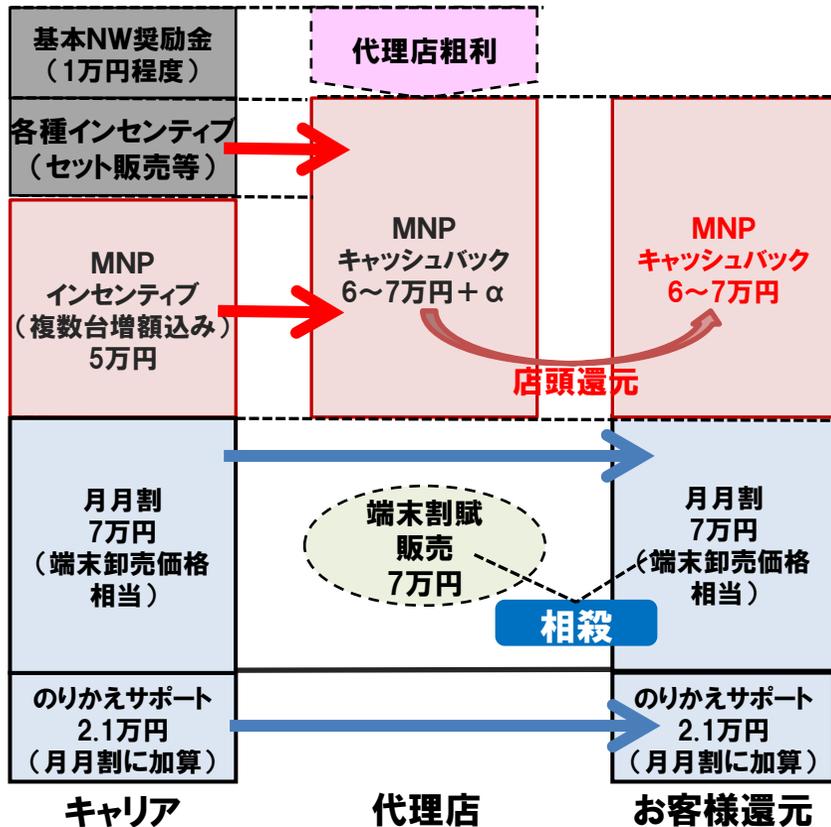
- 同じキャリアを長く使っているユーザーが、(頻繁に)MNPでキャリアと端末を乗り換えるユーザーへの販売奨励金等を負担する構造(**ユーザー間の不公平性の拡大**)
- 体力のある3キャリアが札束でユーザーを取り合ってる市場に、体力のないMVNOが自ら端末を担いで参入しても勝ち目がない(**MVNOの新規参入・成長を阻害**)
- ショップスタッフの精神的な苦痛・ストレスの増加→離職率上昇

## 2) キャッシュバック等販売奨励金の在り方について

### 高額MNPキャッシュバックのからくり

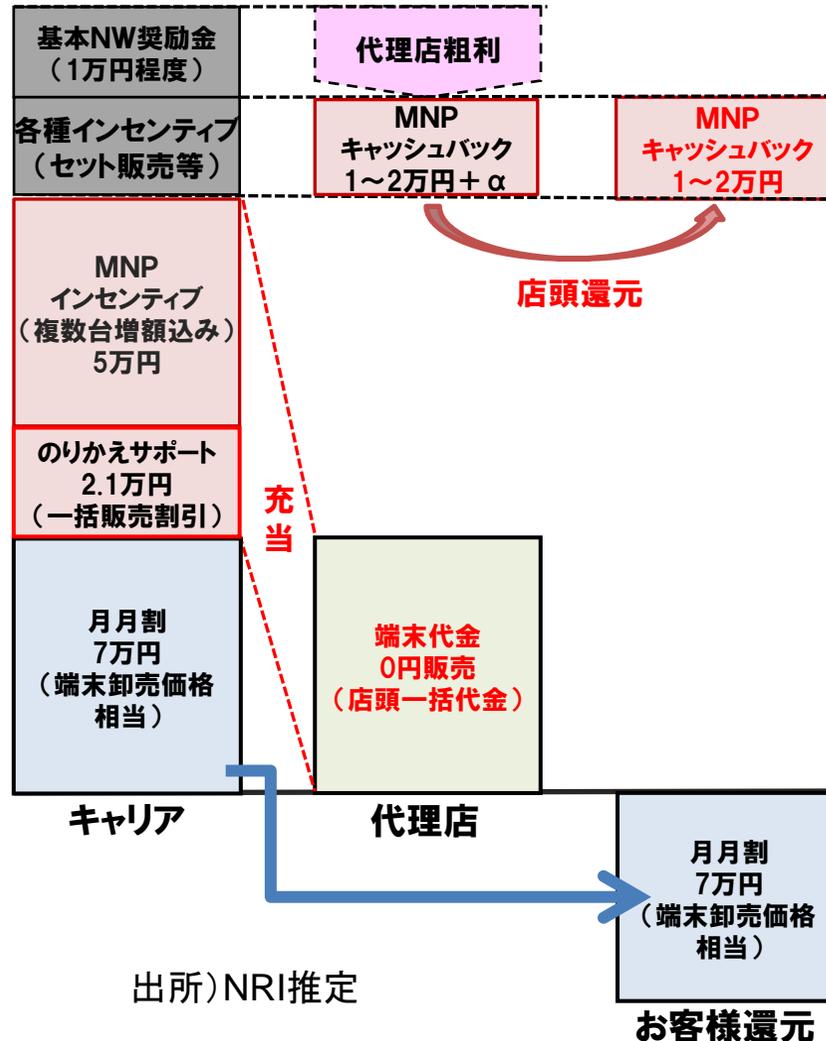
下図は、ソフトバンクの3月16日までのキャッシュバック構造をNRIが推定したもの(他社もほぼ同様の構造)

例) iPhone5s 16GB(非学生家族・3台以上同時購入)  
割賦販売実質負担額0円+高額キャッシュバックのパターン



さらに、端末下取りやご紹介キャッシュバック  
などが加わる

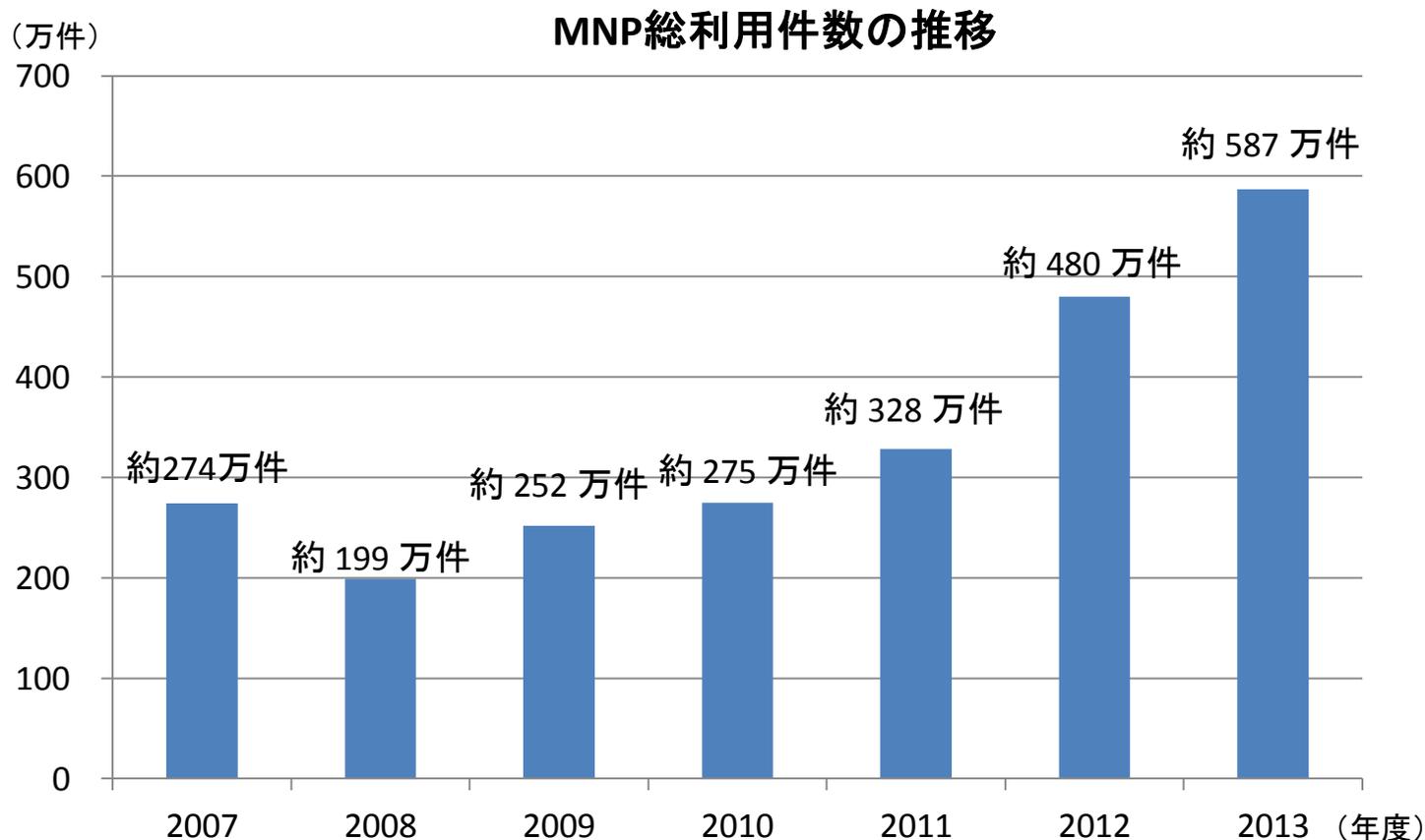
例) iPhone5s 16GB(非学生家族・3台以上同時購入)  
店頭一括0円+一定額キャッシュバックのパターン



## 2) キャッシュバック等販売奨励金の在り方について

### 激増するMNP利用件数

- MNP件数の増大は、**OTTプレイヤーのアプリ**(Line, Facebook, Twitter, Gmailなど)普及によるキャリアスイッチの障壁が下がったことも大きな要因であるが、**高額MNPキャッシュバック**も少なからず影響を与えていると推察する



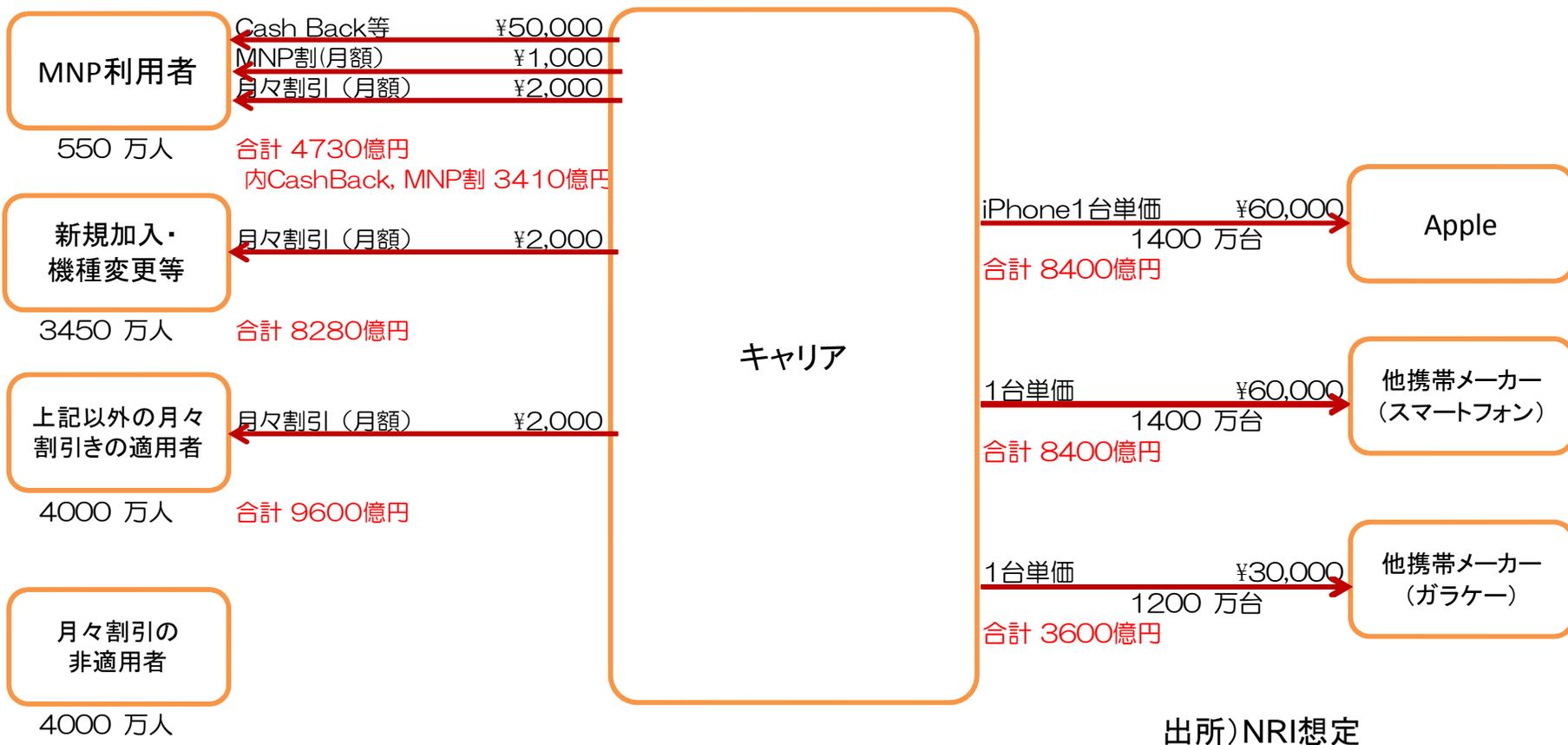
※2014年3月のデータは、仮に2013年3月のデータ(約73万件)を利用

## 2) キャッシュバック等販売奨励金の在り方について

# MNPキャッシュバックによる不公平性の拡大

- MNP利用者に約3400億円が支払われており、この金額を全携帯電話ユーザー(1億2千万人)に還元すると、一人当たり年額約2800円となる。これは、約5%のユーザーのために、95%のユーザーが2800円ずつ出し合って、62000円を支払っている状況。

### お金の流れ(2013年1年間)の大胆な想定



### 3)利用者ニーズを踏まえた料金体系の在り方

## データ通信低利用者向けプランやデータシェアプランの導入が期待される

- 高価なスマートフォンが、2年使えば「実質負担金ゼロ円」となる「**月月割**」「**毎月割**」「**月々サポート**」についても、**MVNOの参入や成長を阻害**しているだけでなく、中途解約等における**トラブル要因**となっていることから、その見直し(縮減)について議論すべき →ユーザーが“ある程度”端末コストを負担する状況へ
- MNPキャッシュバック及び月月割の縮減で浮いたコストは、**長期契約者への優遇**、**データ通信低利用者向けプラン**、欧米では主流となっている**データシェアプラン**などに還元し、利用者ニーズに合致した多様な料金体プランが登場することを期待

