

消費者保護ルール見直し・充実に関する MVNO委員会の取組状況について

2014年4月17日

テレコムサービス協会 MVNO委員会

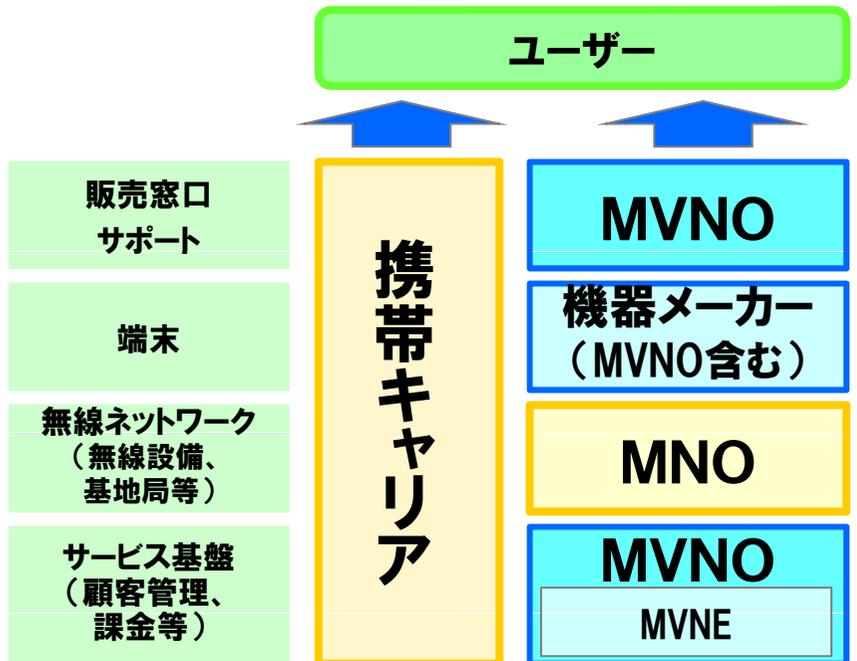
委員長 内藤 俊裕

1. MVNOの現状

- MVNO (Mobile Virtual Network Operator) とは
NTTドコモ等の既存の携帯電話事業者 (MNO: Mobile Network Operator) から無線ネットワークを調達して、移動通信サービスを提供する電気通信事業者。
- MVNOの契約数は、1,375万 (2013年12月末)。 MNOでもあるMVNOが51%を占める。 ※1
- MVNOの事業者数は161社 (2013年12月末) ※1
- 販売チャネル型、新プラン型などがあり、新プラン型のSIM販売が好調。

※1:総務省「MVNOサービスの利用動向に関するデータの公表」(平成25年12月末時点)

MVNOの位置づけ



MVNE:「MVNOとの契約に基づき当該MVNOの事業の構築を支援する事業者」

MVNOの分類

分類	提供形態
①販売チャネル型	MNOと基本的に同内容のものを、家電量販店やISPが独自の販売チャネル(顧客網)を用いて提供
②新プラン型	MNOとは異なる新しいプラン(低速度低料金、月毎プラン変更可能等)で提供
③セット販売型	固定ブロードバンド回線等とセットで販売することで、通常より低額な料金プランで提供
④アプリ型	アプリ等を用いてサービス、ブランド力を強みにした端末等を提供
⑤法人サービス型	M2M、企業内LANへのアクセス回線等としての利用

出典:総務省「電気通信事業分野における競争状況の評価2012」

2. テレコムサービス協会 MVNO委員会とは

テレコムサービス協会とは

- 沿革 平成6年 (社)特別第二種電気通信事業者協会、全国一般第二種電気通信事業者協会、音声V A N振興協議会、(社)日本情報通信振興協会の4団体が統合し発足。
- 会員
 - ・全国11支部に224会員が加盟(2014年4月9日現在)
 - ・電気通信事業者および情報通信関連事業者などICT企業が中心

MVNO委員会とは

- ・ 一般社団法人テレコムサービス協会において、2013年11月より活動を開始
 - ・ 参加事業者 23社(MVNO/MVNE:18社、2014年4月14日現在)
 - 新プラン型は、大手がほぼ加入(NTTコミュニケーションズを除く)
 - 販売チャネル型は、家電量販店MVNOなど大手は未加入
 - ・ テーマ・目的 MVNOに関する情報収集、調査・研究、制作・制度への提言
- 【これまでの主な活動】
- 2014年1月 「モバイルビジネス活性化に関する緊急提言」の公表
 - 2014年3月 MVNO2.0フォーラムの開催(総務省と共に主催)
「MVNOの事業環境の整備に関する政策提言」の公表

留意点

委員会は、新プラン型を中心とした23社で構成され、MVNOの全体の状況を反映したものではありません。

(この資料の作成にあたっては、委員会内の運営分科会8社のアンケートを中心に構成しています。)

3. 利用者のニーズに合った料金体系の実現

- MVNOは利用者ニーズに合わせた様々な料金体系を実現しています。
- MVNOの提供するサービスはMNOに比べ、速度制限のかかるデータ通信上限量が低いかわりに月額料金が低いものが多いのが特徴。

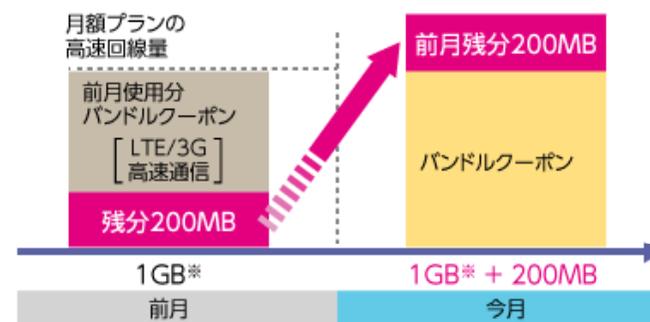
新プラン型MVNOサービスと料金例

	プラン名	提供事業者	月額料金 【税別】	備考
1,000円 以下	高速モバイル/D ミニマム スタートプラン	IIJ	900円	月1GBの容量制限 音声通話込:1900円
	b-mobile X SIM	日本通信	900円	月600MBの容量制限 音声通話込:3,120円
	b-mobile スマートSIM 月 額定額980	日本通信	934円	150kbpsの低速サービス(容量制限 なし)
	OCN モバイル one (50MB/日)	NTTコミュニケーションズ	900円	1日50MBの容量制限
	BIGLOBE LTE・3G エントリープラン	ビッグロース	900円	月1GBの容量制限
1,000円 以上～ 2,000円 未満	BIGLOBE LTE・3G ライトSプラン	ビッグロース	1,505円	月2GBの容量制限
	高速モバイル/Dライトス タートプラン	IIJ	1,520円	月2GBの容量制限 音声通話込:2,520円
2,000円 以上～	高速モバイル/D ファミ リーシェアプラン	IIJ	2,560円	月3GBの容量制限 SIM最大3枚まで利用可能
	b-mobile 4G Pair GB SIM	日本通信	2,829円	2つの端末合計で月2GBの容量制 限
	So-net モバイル LTE ハ イスピードMプラン	ソネット	2,838円	端末(Nexus7)とセット料金 月3GBの容量制限

出典:各社のホームページより

さまざまな料金体系を提供

- ◆ 利用容量によるプラン
- ◆ 音声通話込のプラン
IIJ高速モバイル/D ミニマムスタートプラン
b-mobile X SIM など
- ◆ 低速サービスプラン
b-mobile スマートSIM 月額定額 など
- ◆ 複数SIM/データシェアプラン
IIJ高速モバイル/Dファミリーシェアプラン
b-mobile 4G Pair GB SIM など
- ◆ 機器とのセット
So-net モバイル LTE ハイスピードMプラン



IIJ データ通信量のくりこし

4. 販売奨励金等の在り方

販売奨励金等の現状

- MVNO委員会としては、契約期間毎のユーザー構成などの情報は把握できていません。
- SIM販売の場合、販売奨励金は携帯電話会社と比べると桁違いに少ない金額となっています。

販売奨励金等の商慣行についての考え方

- 販売奨励金やキャッシュバックは商慣行上無くすことはできないと考えます。
- 3キャリアによるいきすぎた販売奨励金、キャッシュバックは、MVNOの市場参入を困難なもととしており、移動通信市場の健全な発展を阻害しています。
- いきすぎた販売奨励金、キャッシュバックは規制すべきと考えます。適切な基準およびチェック機構の設置が必要と考えます。

販売奨励金等の今後の在り方についての考え方

- 「モバイルビジネス活性化プラン」（総務省 2007年）で求めた「端末価格と通信料金が利用者からみて明確に区分された新料金プラン」が進んでいません。
- 通信サービスも端末も適正な対価を支払い、端末と通信を自由に選べるような環境にしていくべきです。
- 通信事業者を代えても従来の端末が利用できるように、「SIMロック解除」を推進する必要があり、「SIMロック解除ガイドライン」（2010年6月）の適切な見直しが必要と考えます。

4. 販売奨励金の在り方

MVNO委員会の目指す今後の姿

移動通信サービスの健全な競争環境の整備
(通信サービスも端末も自由に選択できる市場を実現)

通信サービスと端末も一括変更



販売奨励金慣行の適正化
SIMロック解除

通信会社、端末も自由に選択できる市場へ



5. クーリングオフの取組状況と考え方

自主的解約やクーリングオフに関する取組状況

訪問販売、電話勧誘による契約について、運用上、利用前キャンセルを受け付けている事業者が多い状況です。

クーリングオフについての考え方

■ 訪問販売、電話勧誘販売による解約

ユーザー視点から、「不意打ち性」がある販売形態にはキャンセルの対応をすべきです。

- 電気通信サービス向上推進協議会では、利用前キャンセル等を基準化、禁止行為等について強化を図る方向であり、その強化方針に従います。

■ 通信販売、店頭販売による解約

利用前キャンセルには対応すべきですが、「試用期間としてのクーリングオフ」の導入は事業に与える影響が大きい状況です。

- 発生したコストの負担の問題があります。
 - 使用したルーター、データカード、SIM等機器費用(端末は再利用できず事業者負担となる)
 - 音声等通信等の通信料 など
- 悪意を持って不正を繰り返す利用者が相当数出ると考えられます。

「試用期間としてのクーリングオフ」に対応するには、新たに発生するコストを ①利用者の通信費用に上乗せして通信料金を値上げ、②クーリングオフ利用者を実費負担頂く の2通りが考えられます。

- ユーザー視点から、健全に利用して頂いている既存利用者にこの費用を負担頂くのは難しい。
- 「試用」の意味で、クーリングオフ利用者に端末費用などを負担して頂くことも納得頂けない。

「試用としてのクーリングオフ」については慎重に議論をして頂きたいと考えます。

6. 販売における取組状況

利用者の知識、経験に配慮した説明の取組状況(適合性の原則を踏まえた販売)

- 電気通信サービス向上推進協議会の「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」に従った取組を実施しています。(全社)
- 事業者対応例として、「お申し込みの際には、必ず重要事項の説明を行い、契約時は契約内容と提供条件を必ず確認していただくよう案内」、「高齢の方には十分な説明と理解を得て契約するよう代理店にも指導しており、ご家族がいる時に再度確認(再電話、再度訪問)する、または契約内容をご家族に後日確認していただくように指導している」などの取組をしています。

契約内容を分かりやすく確認できる仕組みの取組状況(書面交付、契約更新月通知、契約確認方法)

- 書面交付は、訪問販売、電話勧誘販売の際には郵送で送付しています。Web申込みの際には、画面への表示や電子メールでの送付を行っています。(全社)
- 一部の料金プランで期間拘束・自動更新契約があります。一部の事業者では、最低利用期間があってもその期間の経過後は解約清算金はなく解約できる契約形態があります。
- 契約更新月は、Webで確認する形式の事業者が多く、一部の事業者で契約更新月通知をメールで送付しています。
- データ量や契約状況の確認は、Webで確認できるようになっています。(全社)

広告表示に関する取組状況

- 電気通信サービス向上推進協議会の「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」に従った取組を実施しております。また、事業者各社にて、社内自主基準を作成してチェックする体制を実施しています。(全社)

6. 販売における取組状況

販売勧誘活動の適正化に向けた取組状況(代理店の監督等)

- 電気通信サービス向上推進協議会の「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」に従った取組を実施しています。(全社)
- 新プラン型(SIM販売)は、Web申込み、店頭販売が中心となっています。
- 一部事業者で代理店を利用していますが、代理店管理は一次店の管理が中心です(二次店まで管理してる事業者もあります)。代理店を活用する際には、代理店契約時の審査の実施、代理店マニュアルの作成、代理店への説明会実施を行い、問題がある代理店は契約解除を実施しています。

苦情・相談への対応の取組状況(苦情・相談への取組、消費者センターからのあっせん対応)

- MVNO委員会としては、各社の苦情・相談件数は把握できていません。ISPでもあるMVNOは、固定通信と分けて管理していない状況です。(全社)
- 消費者生活センター等からあっせんの申出があった場合には、可能な限り対応に努め、消費生活センターと密に連携して対応しています。(全社)

7. MVNO委員会としての取組

1)消費者問題の検討体制

MVNO委員会の中に「消費者問題分科会」を設置予定で、電気通信サービス向上推進協議会の各WGに参加します。

2)参加MVNOの拡大

MVNO161社中23社参加に留まっているため、加入を促進し参加MVNO事業者の拡大を図ります。

3)MVNOの認知度向上活動

➤ イベント開催による認知度向上

3月6日に「MVNO2.0フォーラム」を開催し、約300名が参加しました。今後も同様なフォーラムを開催して認知度向上に努めます。

➤ MVNOキャラクター「しむし」の活用

「MVNO2.0フォーラム」で決定したMVNOキャラクター「しむし」を認知度向上に活用します。

MVNOキャラクター
「しむし」

