

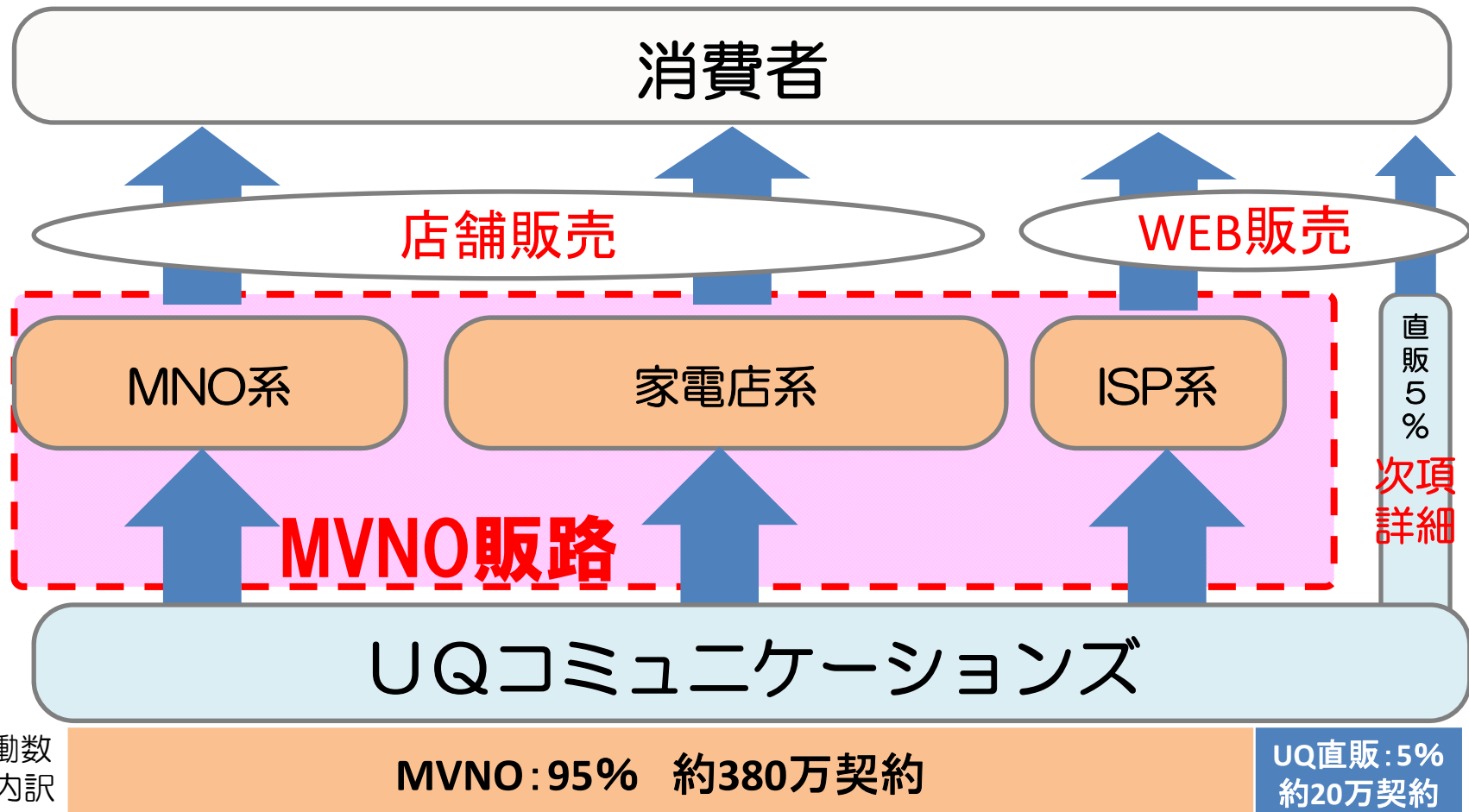
**ICTサービス安心・安全研究会
消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG
ヒアリング資料**

**2014年4月24日
UQコミュニケーションズ株式会社**



1. WiMAXサービスの販売構造について

- WiMAXの販売はMVNOが主体。
- 各販路がMVNO(電気通信事業者)となることで、各販路がサービス提供主体として消費者に責任をもつ環境を構築。



累計稼働数
400万内訳

MVNO: 95% 約380万契約

UQ直販: 5%
約20万契約

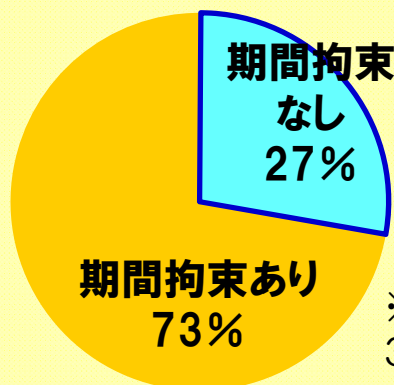
2. UQ販売状況

● UQ直接販売チャネルについて

販売経路	特徴
WEB販売	WEBで契約手続きが可能な顧客がターゲット。オプションサービスは全てデフォルト・オフ、オプションの有無で端末の値差はなし。
電話勧誘販売	WiMAXサービスに理解のある、Try WiMAX(後述)利用者への勧奨のみ実施。無差別の電話勧誘は実施せず。
代理店	主力商材ではなく、併売店において引合いがあった場合に販売。販売手数料も数千円程度であり、UQ専売運営や大幅なキャッシュバックを実施できる水準にない。
計	

構成員
限り

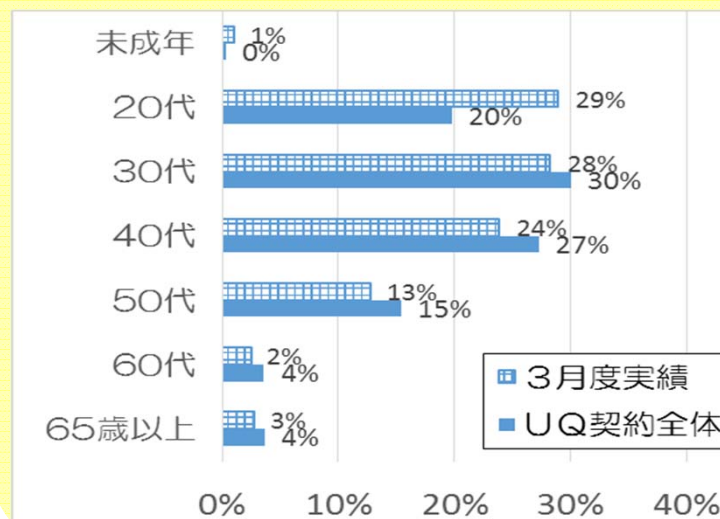
● プラン構成比



※2014年3月度実績

期間拘束なしの料金プランも4分の1以上選択されている

● 年代別契約構成比



WEB販売が中心であることから、高齢者、未成年者の契約は僅か

3. お問い合わせ・苦情の状況

● お客様からのお問い合わせ状況



【主な入電内容】

- ① 解約に関するもの
弊社はお電話で解約受付が可能であり、3月の入電増の要因。
- ② 機器の設定に関するもの
Try WiMAXの貸し出し数の増加により、設定方法の問い合わせが漸増傾向。

- 消費生活センターからのあっせん等の状況

毎年数件程度
2013年度：4件

あっせん等の件数は少なく、傾向を分析する以前に、個々の対応で解決できるレベル。

- 地方電気通信消費者支援連絡会での事例の状況（2013年度下期）

モバイルデータ通信関連：18件
そのうち、
WiMAX関連と想定されるもの：2件
※UQ直販の事例は0件

UQだけでなく、「WiMAX」全体でも苦情が少ない傾向。

※UQ調べ

4. WiMAXへの苦情が少ない要因について

● サービス開始時から様々な取り組みにより苦情を低減



※緑色（下線）はMVNO、UQ双方の苦情低減に効果のある取り組み

5. Try WiMAXについて (1)

- 「Try WiMAX」による試用機会の提供によって、契約する消費者・販売するMVNOともに安心・安全な環境を実現

Try WiMAX レンタル

WiMAX 2+ も体感できます!
WiMAXを15日間無料でお試し!!

お気に入りのドラマ
続きどうなるのかなあ?

仕事の合間に報告書
作成しよう!

WiMAXの
スピード、エリアを
体験してみませんか?

エリアは?

速度は?

端末の使い心地は?



15日間Try!

第1回目

90日間

15日間Try!

第2回目

...

...

6. Try WiMAXについて（2）

Try WiMAX レンタル

平成21年7月の商用サービス開始当時より、「モバイル通信」の
“使ってみないと、エリアや速度が実感できない” 特性に対応。

月間貸出件数：平均 構成員
限り 件/月（2014年3月度：構成員
限り 件）
運営費用：構成員限り 円/年

項目	内容
費用負担	配送料、登録料、通信料など、利用者の <u>費用負担は一切なし</u> ※端末未返却防止のためのクレジットカード登録のみ
試用期間	出荷日～返却日までの <u>15日間</u> 平日土日の実利用場所での10日程度の試用、機器配送・返却期間2～3日を想定
試用機器	ご利用シーンに合わせた <u>最新の4機種</u> を提供 WiMAX 2+ルータ1機種、WiMAXルータ2機種、固定設置のホームルータ1機種
貸出・返却	宅配便での貸し出し、同梱の返送用伝票で着払い返却
貸出周期	<u>90日周期で何度でも</u> ご利用が可能 四半期毎のエリア拡大状況に合わせてご確認いただける想定
貸出後	そのまま <u>通常契約に移行しない</u> ため、 <u>安心して試用</u> 可能。 UQ以外のMVNOと契約いただくことももちろん可能。

7. クーリングオフについて

- 一律的なクーリングオフの義務化ではなく、「試用の機会の提供」も許容していただきたい。

項目1	クーリングオフ	試用の機会の提供
対象となる販売方法	全ての販売方法を対象とすべきかは、販売方法毎の苦情に照らした必要性との兼ね合いや、長期的に消費者に転嫁されるコスト負担とのバランスを慎重に検討する必要あり。	モバイル通信の“使ってみないと、エリアや速度が実感できない” 特性に対応するものであり、全ての販売方法に適用可能。 <u>「試用の機会の提供」は、「試用機会の存在の告知義務」をセットとすることで、必要な消費者が確実に試用することが可能。</u>
費用	申出数の確実な予見は困難であり、特に <u>小規模事業者のビジネスリスクが高まる。</u>	事業者が貸出量をコントロールできるため、 <u>費用の予見性が高い。</u> 一定の条件下でMNOの試用サービスをMVNO契約予定者が利用できることも可能とすれば、 <u>MVNOへの事業影響も最小化が可能。</u>

8. 消費者保護ルールの見直しについて（1）

● 苦情多発事業者に起因する業界全体への規制強化には疑問

MNOを中心とした一部事業者の悪質販売の結果が、MVNOを中心とする小規模な事業者を含めた規制強化につながることは、競争政策上問題と考えます。



今後も同様のPDCAで制度改正することとなれば、電気通信事業そのものが、他社の販売方法に起因する制度変更リスク（手続きの変更や、特定販売方法の禁止などによるビジネス前提の変動）が高いと認識され、MVNOの新規参入意欲が減退することを懸念します。

現行の電気通信事業法第27条の趣旨を理解して苦情を減らす努力をし、実際に苦情が少ない事業者と、社会問題になるほど苦情を増やした一部事業者を同列に扱うことは適切でないと考えます。

9. 消費者保護ルールの見直しについて（2）

● 市場規模に応じた規制が、安心・安全と競争促進に有効

<p>市場規模の 大きい事業者</p> <p>(事業者間取引にかかる契約数を除く、消費者に対し直接役務提供を行う契約数)</p>	<p>販売チャンネルが多岐、多数にわたり、個別の行政指導では改善されにくいいため、クーリングオフ等の一律的な販売方法の規制を導入。</p>
<p>MVNOなど、 小規模事業者</p>	<p>総務省による個別の行政指導を強化することで対応</p>

● 制度見直しに至った事業者の責任の明確化

苦情が多いため直ちに改善が必要な事業者と、苦情の少ない事業者との間で、新たな制度の適用時期に差を設ける等をご検討いただきたい。

10. ヒアリング項目について（1）

- CS適正化イニシアティブを踏まえた取組状況

もとより苦情の少ない状況であることから、Try WiMAX等の現行の取り組みが一定の効果を挙げていると考えております。現行の取り組みを継続しつつ、CS適正化イニシアティブを踏まえた業界の取り組みに従う予定です。

- 利用者の知識、経験等に配慮した説明の取組状況

WEB中心の販売、Try WiMAX利用者に限った電話勧誘を行うなど、WiMAXに一定の知識を持ったお客様に限った販売を行っており、サービスへのご理解が乏しいお客様が販売ターゲットにならないような販売構造を取っております。

- 契約内容を分かりやすく確認できる仕組みの取組状況

弊社直販サービスについては、お客様向けサイト「My UQ」より契約内容をいつでもご確認いただくことが可能です。契約更新月についても、回線毎にわかりやすく表示しております。このようなサイトでの確認は、一定のリテラシーが必要であることから、上述のとおり、WEBでご契約手続きが可能なお客様を中心に販売することで、WEBでの契約内容確認に不慣れなお客様が契約されてご不便な思いをされることとしないよう配慮しております。

- 広告表示に関する取組状況

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を踏まえた社内基準を設け、作成部門において社内基準に照らした広告作成を行った上で、さらに別部門による審査を実施しております。

11. ヒアリング項目について（2）

・クーリングオフの取組状況

そもそもエリアに関する苦情の低減を目的としてTry WiMAXの提供やピンポイントエリア判定等を実施しており、一定の効果を挙げていると認識しております。

なお、Try WiMAXは弊社直販以外のMVNOによるWiMAXサービスへの加入をご検討のお客様にも広くご提供しており、多くのお客様にご評価いただいていると考えております。

クーリングオフ制度の導入にあたっては、試用機会の提供も許容いただき、また、弊社の試用基盤(Try WiMAX)をMVNOが活用することも許容いただくような制度設計を希望します。

・販売勧誘活動の適正化に向けた取組状況

弊社直販における代理店については、主要な販売経路と位置付けておらず、通信サービス併売店における一商材としての位置づけが主であり、販売奨励金を積み増すなど大規模な販売活動は行っておりません。

このように、販路を絞り込むことで、代理店による不適正販売はほぼ発生していない状況にあります。

・苦情・相談への対応の取組状況

契約数の増加、Try WiMAXの増加に伴う問い合わせの増加に着実に対応しており、引き続き苦情・相談に適切に対応してまいります。

消費生活センター様からのあっせん等についても、確実に対応し、これまでご説明した取り組みを継続し、引き続き件数が増加しないよう、努力してまいります。

以上