

I C T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
アドホック会合（第1回） 議事要旨

平成26年5月26日

1 日時 平成26年5月20日（火）10:00～12:00

2 場所 総務省8階 第1特別会議室

3 出席者（敬称略）

○構成員

新美構成員（主査）、平野構成員（主査代理）相田構成員、北構成員、木村構成員、関口構成員、長田構成員、原田構成員、舟田構成員、明神構成員、森構成員

（欠席：近藤構成員、齋藤構成員、宍戸構成員、若林構成員）

○事業者関係者

株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、ソフトバンクモバイル株式会社、イー・アクセス株式会社、株式会社ティー・ガイア、一般社団法人テレコムサービス協会

○オブザーバ

一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会

○総務省

安藤電気通信事業部長、吉田事業政策課長、竹村料金サービス課長、片桐料金サービス課企画官、大澤料金サービス課課長補佐、植松料金サービス課課長補佐、芦田料金サービス課課長補佐、河内データ通信課長、玉田消費者行政課長、松井電気通信利用者情報政策室長、藤波消費者行政課企画官、八代消費者行政課課長補佐

4 議事

（1） 開会

（2） 議題

・通信サービスの料金その他の提供条件

① 通信サービスの料金その他の提供条件の現状について

② 自由討議

③ その他

（3） 閉会

5 議事要旨

(1) 開会

(2) 議題

・通信サービスの料金その他の提供条件

① 通信サービスの料金その他の提供条件の現状について

事務局から、資料（通信サービスの料金その他の提供条件の現状）について説明があった。

② 自由討議

(新美主査)

資料7ページでは、携帯3社の契約数シェアが示されているところ、割り当てられた周波数の占有率について、わかればお知らせいただきたい。

(事務局)

調査のうえ、回答する。

(森構成員)

SIMロックについては、以前開催された有識者会議（「モバイルビジネス研究会」）においてもその解除が適当と報告されたと承知している。その後、SIMロック解除はあまり進んでいないようだが、それはなぜか。また、今後SIMロック解除に向けた事業者の取組は促進されるか。

(NTTドコモ)

当社は当初からSIMロック解除に前向きに取り組んできた。多くの機種においてSIMロック解除に対応している。今後も基本的に対応していく見込み。

(KDDI)

資料にも記載されているとおり、通信方式の相違ゆえに当社はSIMロック解除に向けて取り組むことが困難だった。LTE及びスマートフォンの普及が一つの大きな転換点と思うが、基本的にはお客様のニーズに応じて検討していく方針。

(ソフトバンクモバイル)

当社は3機種、SIMロック解除に対応している。今のところ、お客様からそこまでニーズがないという状況。今後もお客様のニーズを見ながら対応してゆきたい。また、当社のスマートフォンはほとんどがiPhone。iPhoneについてはすでにアップル社からSIMフリー版が販売されている。このような状況との兼ね合いも考慮しながら検討する方針。

(平野主査代理)

いろいろな問題の根源には、契約期間の2年縛りとSIMロックがあると考えられる。特に前者の2年縛りについて、途中解約する場合は違約金が発生すると承知している。例えば契約後1ヶ月で解除する場合と、契約後1年11ヶ月で解除する場合、いずれにおいても違約金の金額は変わらないのかどうか。実態を教えてください。

(NTTドコモ)

解約時の違約金は、利用期間にかかわらず同額である。

(KDDI)

お客様のご契約時において、2年間の利用契約と、そうではないもの、2つの選択肢があることを説明している。解約時の違約金についてはNTTドコモと同様である。

(ソフトバンクモバイル)

当社も、2年契約のお客様が途中解約される場合、利用期間にかかわらず同一金額の違約金をいただいている。

(木村構成員)

資料34ページに、携帯各社の音声通話料が比較されている。フィーチャーフォンとスマートフォンでは料金額・料金体系が随分違うようだが、このような差違を設けられた理由を教えてください。

(NTTドコモ)

もともとフィーチャーフォンにおいては、お客様のご要望等を踏まえて多様化に対応してきた。他方、多様化すると料金体系がわかりにくいという声もいただいたため、スマートフォンにおいてはわかりやすくシンプルなものに改めた。また、お客様のご要望等を踏まえ、ドコモ利用者間であれば24時間無料で通話可能とする等、お客様の使いやすいものを提供するようにしている。

(KDDI)

フィーチャーフォンにはあった無料通話分が、スマートフォンで無いのは確かである。これには、フィーチャーフォンのお客様の多くは主に音声通信を利用する一方で、スマートフォンのお客様にはデータ通信をストレス無く利用したいというニーズが多い、という事情もあると思う。スマートフォンへの移行が進む中で、どのような料金がお客様に一番フィットするか、まさに検討しているところであり、今後も市場環境を見ながら考えてゆく。

(ソフトバンクモバイル)

過去の経緯を振り返れば、当社は2007年から2008年にかけて、当社の自網内通話が無料になる「ホワイトプラン」を導入。これは、3番手である当社が他2社と差別化を図るため、お客様にわかりや

やすい料金体系を訴求する手を打ったもの。また、今年の春には準定額プランを発表したが、NTTドコモが音声通話を完全な定額とする新プランを打ち出したことを踏まえ、現在当社において料金プランを改めて検討している。このように、資料 34 ページにある料金プランについては、お客様にわかりやすいものをマーケットの状況を勘案しながら提供してきたという経緯がある。

(イー・アクセス)

当社はフィーチャーフォンにおいても無料通話分を設定していなかった。スマートフォンにおいても音声定額プランを提供しており、お客様には好評をいただいている。また、SIMロック解除については、2010年のガイドライン制定当初から、当社はSIMフリー端末を販売。これは、販売ショップの店舗数が少ないことからSIMロックの解除要望に十分に対応できないこと、加えて、当社の扱う端末が対応する周波数に、他社の販売する端末がほとんど対応していないということの2点があった。以前のプレゼンにおいて述べたとおり、SIMロック端末が維持されつつも、今後様々な端末が増えていく中で各ベンダからSIMフリー端末が発売されることはありがたい。

(新美主査)

これからは資料の冒頭に記載されている3つの論点（販売奨励金、SIMロック解除、モバイルサービスの料金体系）について、順次議論いただきたい。

○ 販売奨励金等

(北構成員)

資料 13 ページの下から4点目に販売奨励金等について適正化の方向とあり、その下に過剰なキャッシュバックについては抑制のためのルールが必要との意見がある。昨年度末の異常な状況はこの4月で一旦沈静化したが、足元の状況を調べてみると、キャッシュバックは復活している。私の知る限りでは、例えば関西や九州のauショップで、家族4人で32万円の現金還元が行われている。抑制のためにルール化を検討する必要性について、KDDIの考え方をうかがいたい。

(KDDI)

指摘のあった事例を承知していないため、調べておく。質問は、行政によるルールを作ることについてどう考えるかという趣旨か。

(北構成員)

イー・アクセスの意見（資料 13 ページ下から3点目）「ルール化の検討が必要」を指している。どういう形のルールとするかについては、それもまた議論のポイントだろう。

(新美主査)

何らかのルールが必要かどうかということについて、どう考えるのかという趣旨かと思う。

(KDDI)

紹介いただいた3月の状況は当社も反省。この反省を踏まえ、4月以降の施策を考えていく必要があることは承知している。ただ、新たなルール化が必要かどうかという論点があることは理解しているが、重要なのは外的な要因があったというよりも、各社においてマーケットを見て、キャッシュバックを積み増すことが事業上もお客様にとっても意味が無いという判断が行われたということだと思う。

(北構成員)

キャッシュバックがずっと沈静化しているならこのような質問はしない。実際にはそこここで復活を見せている。1社が始めると他社も追随し、元の木阿弥となってしまう。現状すでに復活している以上、今後は何らかの対応が必要と思うが、KDDIはどう考えるのか。

(KDDI)

北構成員の指摘については当社も重々承知している。ご意見は、当社がやめればすむということか。それとも当社に限らず、構造的に問題だからルールが必要ということか。

(北構成員)

例えば、先ほど紹介した家族4人で32万円キャッシュバック。そのお金はどこから出ているのかということ。恐らくKDDIからのいろいろな奨励金をかき集め、代理店自身の粗利まで削り、現金還元何十万円という見せ方をしている。そういう売り方を行っている代理店等に対して、KDDIから何らかの管理なり指導なりができるはずだと思うが。

(KDDI)

趣旨は承知した。過剰なキャッシュバックが良いとはもちろん思っていないため、指導監督不足なところがあれば徹底させていただきたい。今紹介のあった事例も調べてみる。

(新美主査)

昨年度に行われたようなキャッシュバック合戦、あれは各社において契約違反を奨励しているという認識はあったのか。現状、契約期間途中の解約となれば各社違約金をとっている。それを承知でキャッシュバックを行っているとなれば、それは違約金を支払っての解約の奨励ということになる。その点について各社どのようにお考えか。

(NTTドコモ)

他社との契約状況について当社が意識していたということはない。

(新美主査)

ユーザの自発的な解約を前提としていたということか。ユーザの契約期間については認識していなかったということか。

(NTTドコモ)

然り。

(KDDI)

まず、過剰なキャッシュバックは当然良くなかったと反省している。また、NTTドコモの回答と同じく、移ってくるユーザが前の会社でどういう契約をしているのかという情報は当社で一切持っていない。

(ソフトバンクモバイル)

2社の回答と同様。お客様が前の会社でどういう契約期間にあったかということ等は調査していない。ただ、お客様が2年経たないうちにMNP（携帯番号ポータビリティ）で当社に來られ、キャッシュバックを受けているということは、一般論として認識している。それを受けて、この4月から、過剰なことは適正化するように社内でも徹底している。

(イー・アクセス)

当社はもともと多額のキャッシュバックを行えない。また、他社からのお客様が、契約の時点でどのようなステータスにあるかを把握することは基本的にできない。お客様のご判断で当社に移っていただいている。

(新美主査)

確かに自社に転入してくるユーザについては把握できないであろう。しかし、自社から他社へ転出したユーザについては、そのユーザが2年契約をしているか否か、2年契約の途中で違約金を支払って転出したか否か等を把握することは可能だと考える。また、そのように転出したユーザの数が増えているということも、統計をとれば把握できるはず。その点についてお答えいただきたい。

(NTTドコモ)

確かに、ナンバーポータビリティで出て行かれた方の数が増えたということは把握している。

(KDDI)

当社も同様。出入りはもちろん把握している。転出者が増えたという認識もある。

(ソフトバンクモバイル)

当社も、2年以内で違約金を払ってでも当社から他社様へMNPされた方が一定数いることは当然認識できる。

(イー・アクセス)

転出数の把握と、どちらに移られたのかというはもちろんわかる。

(舟田構成員)

今の新美主査の質問の背景には、債権侵害の問題があると考え。普通、ユーザとキャリアが契約するとそこで債権関係が発生する。それに対して他社が、1万円あげるよと言って自社との契約を勧奨した場合、その行為が債権侵害に当たるかどうか、問題となりうる。また、独禁法上も、一旦成立した取引関係について、競争事業者が不当な手段で、その債権をカバーすることと引き替えに自社との取引を勧誘した場合、その行為が不当な取引妨害に当たるかどうか、問題となりうる。これは昔、ミシンの販売で問題となった。

この点、携帯電話3社の場合、債権侵害等かどうかというような認識もあまりなく、むしろどこがいけないのかという思いであったように見受けられる。この背景には恐らく、この業界の特殊性がある。第一には、MNPという乗換えが競争促進的と評価される土壌であること。第二には、3社横並びで、かなり類似した財務体質・行動様式であるということ。仮にこれが1社だけが強力な業界であった場合、その社がキャッシュバックのような行為を行えば、そのようなひどいやり方で弱い他社から客を奪ってよいのか、と問題になる。しかし、携帯電話業界の場合は、3社お互い様であると。第三には、キャッシュバックが顧客争奪の手段として透明化されているという点。汚い手段を使っているわけではなく、みんなわかってやっているという点。キャッシュバックを債権侵害または不当な取引妨害と見るべきか、それとも競争促進的な顧客争奪の一手段とみるかというのは非常に微妙なところ。ただ、3社横並びでやっているから構わない、という点は気になる。

また、販売奨励金というのは一般的にはリベートに該当すると考えるが、普通リベートというのはメーカーが卸売に対して与えるもの。キャッシュバックのように、1台あたりいくらかで消費者に還元するリベートというのはあまり類例がないように思う。非常に特殊な経緯で生まれたものと察するが、この点、この販売奨励金がいつから始まったものか、教示いただきたい。

(北構成員)

私の知る限り、DDIポケットが北海道で、売れなかった在庫の山を解消するために0円販売を始めたのが最初と承知している。それまで、日本の携帯電話業界には、端末安売りが先んじて慣行となっていた米国市場を横目に、端末販売奨励金を過度につけないようにしようという紳士協定的なものが存在していた。そのため、奨励金による割引があってもせいぜい5,000円程度のものではあった。しかし、PHSが登場。1地域に最大7キャリアという過当競争になった結果、エリアと端末で劣位にあったPHSが売れ残った。そこでPHS事業者が0円販売をしかけ、ドコモ北海道や他の携帯電話会社も追随、やがて全国へ波及していった。

その後、モバイルビジネス活性化プランに基づく要請により、端末と通信役務の分離モデルが導入され、ほんの短期間、端末販売奨励金が消滅した。この結果、例えばドコモの新端末がいきなり5万円程度に値上がりし、数ヶ月値段が変わらないという状況が続いた。そこで知恵を出したのがソフトバンクであり、割賦販売と新スーパーボーナスというプランを考案。これが今の販売形態の原型となっている。会計上は通信料金を割り引いているように見えても、結局実質端末負担が0円となるよう割り引かれているため、ユーザから見れば昔の端末販売奨励金とあまり変わらない。その後、iPhoneが3キャリアから登場し、さらにMNP手数料が積み増されてキャッシュバック競争になった。これが概ねの歴史ではないかと思う。

(舟田構成員)

モバイルビジネス研究会により端末と通信役務の料金が分離された。その後、建前として分離しつつ、どのようにして売っていくかということで月々割が導入された。急激な販売奨励金の増額が起きたのはそのタイミングではないかと考える。

(森構成員)

分離して販売するといった提案はなされるが、結局一体となる形に戻ってしまう。ということはやはりそこには一定の経済的合理性があるということであり、現在のモデルで端末を売りやすくなっていることは事実だろうと感じる。また、個人的には、積極的債権侵害という点についても、ユーザが積極的債権侵害を受けているわけではなく、各社がお互いに同じように行っていることであるという点には留意が必要とも感じる。

一点質問があり、資料14枚目の②(キャリアから代理店に支払われる奨励金を図示したもの)のインセンティブの中に、新規ユーザの違約金が科目・内訳として乗ってくるのか。

(NTTドコモ)

そういう項目はない。

(KDDI)

そういう項目はない。

(ソフトバンクモバイル)

当社もないと理解している。

(イー・アクセス)

同様である。

(長田構成員)

契約期間を2年間に拘束される代わりに、通信料が少し抑えられているのだから違約金を支払っても仕方がない、という考え方が最近の主流かもしれないが、違約金による収入は特に大手3社において、結構な額に上るのではないか。以前、まだ2年縛りを行っていなかったソフトバンクが、すでに2年縛りを行っていたNTTドコモとKDDIの違約金を問題視し、2社の違約金収入を相当額に試算していた記憶もある。例えば、契約後1年と11ヶ月目で解約した場合などにおいて、違約金は完全な収入になってしまうのではないかとも思えるところ、各社はどのように認識しているのか。

(NTTドコモ)

かつては解約する時期によって違約金の金額を階段状に分けていたこともあった。しかし、ユーザからのわかりにくいという指摘を受けて、単一の価格にしたという経緯がある。

(KDDI)

詳しい経緯等は承知していないが、各社直近の第4四半期決算に示されているとおり、契約者の出入りによって痛んでいる。違約金で相当収入が上がったというようなことは承知していない。少し調べてみたいと思うが。

(ソフトバンクモバイル)

違約金の収入については数字を持ち合わせていない。一般論として言えば、やはりお客様に長くお使いいただく方が好ましい。会社として違約金をいただいたから良いとは考えない。

(イー・アクセス)

違約金の収入について、いま金額を承知していない。他社の回答と同様、違約金をいただいたからといって、それでは事業は成り立たない。長くお使いいただくのが一番。

(長田構成員)

「長く」とのお話だが、それは2年であって3年ではない。ちょうど2年間の切れ目で解約すれば違約金は不要、でも3年9ヶ月目で解約すれば違約金が必要。このような仕組みには、ユーザの立場から見て大きな問題があると思う。

(新美主査)

この点はまた後ほど議論することとし、次はSIMロック解除について議論いただきたい。

○ SIMロック解除

(長田構成員)

iPhoneのSIMフリー化について、先ほどソフトバンクモバイルから、アップル社がSIMフリー機種を市販していることとの兼ね合いを考慮しながら検討する旨、コメントがあった。この点、他の2社はどのように考えるか。

(NTTドコモ)

先述のとおり、当社はAndroidについてはSIMロック解除に取り組んできた。iPhoneについては、SIMフリー版が市販されているということもあり、SIMロック解除に対応していない。今後の対応についても、今の時点では申し上げられない。

(KDDI)

冒頭回答したとおり、通信方式の違いにより、当社はSIMロック解除に取り組むことが困難だった。今後は、Android・iOSともお客様のニーズに応じて検討していくということになると思う。

(イー・アクセス)

特になし。

(舟田構成員)

イー・アクセスのSIMフリー端末について、それは全ての周波数に対応するものか。つまり、どのキャリアに移っても、そのキャリアに割り当てられた全ての周波数を使えるような端末か。それとも、特定のキャリアの特定の周波数しか使えない端末か。

(イー・アクセス)

端末によって事情は異なるが、当社の周波数にしか対応しない端末もあれば、NTTドコモやソフトバンクモバイルのSIMカードを差せば動作する端末もある。KDDIはそもそも通信方式が違うため、恐らくKDDIのSIMカードを当社のSIMフリー端末に差しても使えないと思う。

(相田構成員)

資料 22 ページに、SIMロックがかかった端末では海外で現地の携帯電話事業者のSIMカードに差し替えても通信できないとの記述がある。この点について、各社の状況をうかがいたい。

(NTTドコモ)

海外事業者のSIMカードでは使えないと理解している。

(KDDI)

当社も同様。

(ソフトバンクモバイル)

当社も同様。

(イー・アクセス)

先述した、当社が販売しているSIMフリーの端末は、周波数と通信方式さえ合えば通信できる可

能性はあるが、実際に動作するか否か当社は確認できない。

(新美主査)

端末に左右されるということか。

(イー・アクセス)

然り。

(新美主査)

例えば、2020年に東京オリンピックを開催する際、来日した外国人が、日本でSIMカードを買い、それを自身の持ち込んだSIMフリー端末に入れて使えるか。

(NTTドコモ)

海外でSIMフリーの端末を購入されていれば、使える。

(KDDI)

当社も同様。ただし、動作保障がどこまで必要かという議論は残る。基本的なサービスは使えるかもしれないが、細かい機能はダメかもしれない。

(ソフトバンクモバイル)

恐らく使えると思う。ただ、実機で確認したことはない。

(イー・アクセス)

確認してみないとわからない。

(平野主査代理)

各社統一して、iPhoneに関してはSIMロック解除ができない状況にあると見受けられるが、それはアップル社との契約によるものか。守秘義務に反しない範囲で教えていただきたい。

(NTTドコモ)

契約の内容については一切答えられない。

(KDDI)

同様である。

(ソフトバンクモバイル)

同様である。

(北構成員)

資料 16 ページに、スマートフォンのラインナップが記されている。例えば上から3つめのAQUA

OS PHONEをNTTドコモがシャープから納入する際に、NTTドコモ仕様となるように何らかの手を加えていて、その後でSIMロックを解除した後にソフトバンクモバイルのSIMカードを差すと何か不都合が起こりうるようなことがあるか。教えていただきたい。

(NTTドコモ)

当社が発売する端末にプリインストールされているアプリ等は、キャリアのネットワークと密接な関係があるため、他のキャリアのネットワークにつなぐ際には、機能的な制約が生じる場合もあるだろうと認識している。このような事情も踏まえ、SIMカードを差し替えたら使えないということが起こらないよう、まずはSIMロックをかけておき、お客様の要望に応じて解除するという姿勢をとっている。

(KDDI)

例に挙げた端末には、まずSIMロックがかかっている。これを解除した場合、周波数やプリインストールされている機能という点で問題が生ずることは間違いないと思う。

(ソフトバンクモバイル)

シャープ様等、メーカー様と他のキャリア様がどういう開発をされているかはNDAによって当社から全くわからない。その意味では、他社との違いはあまり意識せず、ソフトバンクの要望をメーカー様と詰めているというのが実態。

(イー・アクセス)

当社も、当社が発売する端末についてはイー・アクセスとして実装してもらいたいことを当然要求する。また、一般的な話だが、端末やアプリで他社と差別化を図ろうと思えば、当然、指摘のあった不都合等は出てくるもの。

(森構成員)

確かにいきなりSIMフリー化を義務づければさまざまな混乱が生じるだろう。しかし、現状、端末ごと買い替えれば、端末代金を実質的に負担することなく他社に乗り換えられる。その意味で、マーケットや事業者の自主的な取組に任せておいてSIMフリー化が進展するというものではない。現状を前提とする限り、やはり規制というアプローチになるのではないかと考える。

(木村構成員)

資料 24 ページに記載の解除手数料を支払ってでもSIMロックを解除したいという人はどれほどいるのか。多いのか、それとも少ないのか。各社の感触を教えてほしい。

(NTTドコモ)

解除される方の件数は多くない。むしろ少ない。

(ソフトバンクモバイル)

数字は申し上げられないが、解除される方は非常に少ない。そのうえ、その方々がほとんど非常に短期で解約され、当社を使わなくなっている。

○ モバイルサービスの料金体系について

(長田構成員)

先ほどから、現行の料金体系は、料金体系が複雑だという指摘を踏まえてシンプルにした結果であるとの説明を受けている。しかし、現行プランが決してシンプルとは思えない。その一例に「学生割」が挙げられる。ここにいう「学生」と認められるには、どういう条件を満たしている必要があるのか。

(NTTドコモ)

基本的には、小学生、中学生、高校生、大学生。そのうえ、専門学校生も対象。

(KDDI)

当社も同様。

(ソフトバンクモバイル)

当社も同様。特に、大学生の定義に年齢等は考慮していない。

(イー・アクセス)

当社は学割を行っていない。

(平野主査代理)

資料 32 ページに、料金メニューとしては7GB 上限が基本となっているが、ユーザの平均使用量は約2GB である旨示されている。つまり、厳しい言い方をすれば、多くの平均ユーザが使わないものを買わされていると言うことができる。また、資料 36 ページについて、日本の場合、ヘビーユーザの料金は世界的にみて高くはないが、ライトユーザの料金は高いとの説明が先ほど事務局からあった。これらを踏まえ、あえて意地の悪い言い方をすれば、多くの普通のユーザが料金をたくさん支払い、それをもってヘビーユーザを補助・優遇し、利益を相当出しているという指摘も可能であると考え。各社この点どのように考えるか。

(NTTドコモ)

資料 32 ページの表に記載されているとおり、当社は7GB 上限のプランに加え、3GB 上限のプランも用意し、利用の少ない方のニーズに対応している。実際、細かい数字は申し上げられないが、後者の3GB を契約しているユーザの方が多いという状況。なおかつ、500MB を上限とするらくらくパケ放題も提供。さらに、6月からは新しい料金プランも導入予定。2GB を上限とするメニューのほか、1

回線あたりではなく、家族で一定のデータ通信量を分け合えるシェアプランを導入する予定。これにより、個人や家族にとってより使いやすい環境が生まれるのではないかと思う。

(KDDI)

現時点で具体的には提示していないが、当社も新しい料金プランを検討中。お客様の利用にもバリエーションが生まれているのは確かであり、それに対応した料金プランを作ることが必要だと当然考えている。

ただし、実態を申し上げれば、データのトラフィックの50%以上をWi-Fiネットワークにオフロードしている。当社の場合、スマートフォンユーザー一人当たりのデータ通信量は、モバイルネットワークでみれば約2.7GB程度だが、オフロード分を合わせれば約6.2GB程度となる。それが今、足元で年率40%伸びている。この点は、以前の基本政策委員会でも指摘した。このような事情も併せ考えながら、お客様負担をなるべく少なくしていくことが必要。

(ソフトバンクモバイル)

当社は数字を開示していないが、1人当たりの平均通信量は急激に増えており、現状2GBなどという状況ではない。KDDIに近いような状況。このような状況下で、使用量でどのあたりに分布するお客様にどのような料金を提示していくか、難しいことであるが、NTTドコモの新料金プランを考慮に入れながら、検討しているのが現状。

(イー・アクセス)

当社がデータ通信サービスを開始した当初、通信量の上限を設定していなかった。その結果、数字は申し上げられないが、ユーザが大量に使うという事態が生じた。これを受けて、ネットワークの逼迫を避けるため、徐々に上限を抑えていくことにした。やはりデータ通信の需要は相当程度にある。このような当社の経験から言えば、資料に記載の2GBというある時点の数値を前提として議論を行うことに疑問がないわけではない。

また、ユーザは当社に対して、データ通信サービスが強い、といったイメージを持っていると思う。あまりに使用量の上限を抑えたプランを作ってしまうと、結局ニーズのないプランを作ってしまったという結果になりかねない。事業者が経営戦略上、どのようなユーザをターゲットとしているかという点も重要。

(原田構成員)

物の価格というのはふつう交渉で決められるものだが、携帯電話の場合、料金プランというものが先行的に決まっており、ユーザはそこから選ぶしかない。ユーザが自分のニーズを考慮して料金プランを選択できるのが本来通常であるはず。選べるプランが少ない、料金が高いところで止まっているというのは適切ではないと考える。

(新美主査)

外国事業者の例を見れば、使用量が少ないところにきめ細かく料金プランを設計していることがわかる。しかし、日本の場合、例えばNTTドコモなど、使用量の多い方に2つ、使用量の少ない方に1つ料金プランを用意している。このように、海外と日本では粗密の関係が逆転しており、この点も今後の検討課題かもしれない。

(関口構成員)

KDDIとイー・アクセスの指摘にもあったが、一人・一月当たりの平均通信量＝2GBを前提とした議論がどこまで有効か、確かに考える必要がある。また、ユーザのニーズに応えるメニューを、MNOが全て用意すべきなのかという点についても考慮することが必要。先ほどのSIMフリー化の議論にも関連するが、携帯電話市場の活性化という観点では、いまMVNOへの期待が大きくなっている。このような状況で、MNOがライトユーザ向けメニューまで全て用意してしまつては、MVNOが立ち入る市場を無くしてしまうことになりかねない。ライトユーザに対する配慮は、MVNO振興策とのバランスの中で考えていく必要がある。

(木村構成員)

現行の料金プランは、通話・会話主体のユーザにとって配慮が十分でないと考える。

一点質問だが、いわゆる「2年縛り」は何が2年間拘束されるのか。料金プランの変更か、それとも事業者自体の変更か。

(NTTドコモ)

料金プランの変更は「継続」として扱われる。2年契約のユーザが、期間中にドコモを解約して他社に行かれる場合、期間途中で解約として解釈する。また、通話主体のユーザに対する配慮という指摘について、当社は新料金プランにおいて、どの事業者にかけても一定額しかかからないメニューを用意している。

(KDDI)

2年契約ユーザとそうではないユーザの違いは、基本料が半額になるかどうかという点。お客様には説明のうえ、どちらかをお客様に選択いただいている。新料金についてはまだ発表しておらず、言及できない。

(ソフトバンクモバイル)

当社も、2年契約から契約期間なしに変わると基本料金が2倍になるというもの。

(イー・アクセス)

当社の場合、2年契約を維持したまま変更可能なプランはあまりない。今後どうしていきべきかは、考慮していく点かと思う。

(長田構成員)

データ通信量によるユーザの分布について、次回教示いただければと思う。

(NTTドコモ)

経営上、公開して提供できる性質のものではなく、情報提供は難しい。

(相田構成員)

オフロードはこれから非常に重要になると考える。資料 47 ページに記載のあるMVNOからの要望のなかでも、APNロック等によってMNOとMVNO間で、オフロードについても状況が違うということが指摘されている。この点に関する実態について、もう少し詳しい資料を事務局に用意していただきたい。

(事務局)

次回に用意させていただく。

③ その他

(事務局)

次回の会合は平成 26 年 5 月 26 日 (月) 14 時から開催予定。場所は調整中のため、別途連絡する。

(3) 閉会

(新美主査)

本日の議論については事務局においてとりまとめのうえ、次回の議論につなげていただきたい。熱心な議論に対して感謝申し上げます。

以上