

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

携帯電話の料金その他の提供条件に関するタスクフォース（第1回）

1 日時 平成27年10月19日（月） 10:00～11:40

2 場所 総務省第3特別会議室（11階）

3 出席者（敬称略）

○構成員

新美主査、平野主査代理、北構成員、長田構成員、舟田構成員、森構成員

（欠席：相田構成員）

○総務省

太田総務大臣補佐官、福岡総合通信基盤局長、大橋総合通信基盤局電気通信事業部長、佐々木総合通信基盤局総務課長、秋本事業政策課長、竹村料金サービス課長、内藤料金サービス課企画官、渡部料金サービス課課長補佐、吉田データ通信課長、湯本消費者行政課長

4 議事

（1）開会

（2）開催要綱について

（3）主査代理の指名

（4）タスクフォースの公開について

（5）議題

①「携帯電話の料金その他の提供条件」に関する現状と課題

②構成員からの発表

③自由討議

④その他

（6）その他

（7）閉会

5 議事要旨

【新美主査】 皆さん、おはようございます。定刻となりましたので、ただいまから会議を開催いたします。本日はお忙しい中、お集まりいただきまして、大変ありがとうございます。携帯電話の料金その他の提供条件に関するタスクフォース第1回会合でございます。本日は、相田構成員がご都合つかないということでご欠席のご連絡をいただいております。

なお、会合の冒頭、カメラ撮りがございますので、あらかじめご了承くださいと思います。

議事に先立ちまして、事務局から、資料の確認などをお願いします。

【渡部料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。お手元に配付しております資料について、確認させていただきます。本日の配付資料は議事次第に記載されている資料1から5までとなっております。

資料3の一部につきましては、構成員限りの情報が含まれており、構成員限りとスライドに記載しておりますものについては、今後の質疑の際にも発言にご配慮をいただくようお願いいたします。構成員及び事務局のみに配付しておりまして、会議終了後は回収させていただきます。

以上、ご確認願います。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

本日は太田総務大臣補佐官にご出席をいただいておりますので、ご挨拶をいただきたいと思います。よろしく願いいたします。

【太田総務大臣補佐官】 皆さん、おはようございます。私のほうからも改めて、構成員の皆様におきましては、お忙しいところ、ご参集いただきまして、ありがとうございます。

ご案内のように、先月の安倍総理のご指示がありまして、急遽、検討ということになりましたけれども、改めてこの検討の力点、ポイントに関してご確認させていただきたいと思います。

この10年、通信料金が家計に占める金額というのが2割ぐらい上がったということは、先般の高市大臣の会見にもありましたが、事実であります。ただ、確認したいのは、高くなったから安くするという単純な話ではありません。高くてもやはり価値があるものであれば、当然出費というのは上がっていきます。この検討会では、利用者の目から見てどう

なのかということを徹底的に議論いただきたいと思います。

ポイントは大きく2つあると思っております、1つは透明性です。私もショップに行つて携帯を買いますが、やはり端末をどれにしますかから始まり、それから、料金プランをどうしましょうかやどんなサービスを使いますかと聞かれる。これ、一連、利用者を使いやすいものをご提案いただいているというプロセスだと思っておりますが、正直、結構複雑で、かつ、大体20行ぐらい書いてある非常に長い請求が毎月来ますので、何に幾ら払っているのかよくわからないというところがあるかと思っております。

結果として、例えば自分が使っている以上の料金パッケージを契約してしまっていたりということがありますので、非常に透明性がない販売になっているというところでは、利用者から見て、ちゃんと納得して理解して選んで、どれだけの対価を払っているのかわかっているという仕組みを業界として作っていけないかという透明性は1つ大きなポイントで、その背景としては、端末とサービスというのがよく一体になっていて、それによっての利便性もあると思うんですけれども、端末とサービスの関係がわからなくなってくるというのが1つあるかと思っております。

もう一つは、これもよく言われることですが、頻繁に通信事業者を変える方に莫大なマーケティングコストが費やされていて、それを誰かが肩代わりしているということです。おそらくその肩代わりしている方というのは長期間使っているユーザーということで、ここは公平性というところがポイントになると思っております。

したがって、ぜひご検討いただきたい確認のポイントとしては、高いから安くするという話ではなくて、利用者から見たときに、透明性と公平性がきちんととれたような、ただ、それを言うのは簡単で行うのはいろいろ複雑ですが、ぜひそこにきちんと軸を置いてご検討いただきたいと思っております。

今回、年末までの検討ということで、大変忙しい日程の中、集中して討議いただくことになると思っておりますので、いろいろご負担かけるかと思っておりますけれども、ぜひ良いご提案をいただけることを期待しておりますので、よろしくお願い申し上げます。

以上です。

【新美主査】 太田補佐官、どうもありがとうございました。透明性と公平性、その確保に向けた議論をということでございますので、この会合でしっかりと討議してまいりたいと思います。

それでは、カメラ撮りの方は、傍聴席にお戻りいただくか、ご退室をお願いしたいと存

じます。どうぞよろしく申し上げます。

(カメラ撮り関係者退室)

【新美主査】 続きます、事務局から開催要綱についてご説明をお願いいたします。

【渡部料金サービス課課長補佐】 それでは、お手元の資料1をごらんください。本タスクフォースの開催要綱についてご説明させていただきます。

本年10月5日に開催をされましたICTサービス安心・安全研究会消費者保護ルールの見直し・充実に関するワーキング第17回会合において、本タスクフォースの開催要綱及び構成員名簿の案を示させていただきました、新美主査に本タスクフォースの主査を務めていただく旨、ご報告をさせていただいているところがございます。その後、新美主査とご相談し、本日の資料1のとおり、開催要綱を策定いたしておりますので、ご確認をお願いいたします。

構成員の皆様のご紹介は本日省略させていただきますけれども、この資料1の別紙のとおりになっておりますので、ご確認をいただければと思います。

なお、総務省側の出席者につきましては、本日お配りしておる座席表をもって紹介にかえさせていただきます。

以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、続きます、開催要綱の4の(2)、(3)に従いまして、主査代理の指名を行いたいと思います。私といたしましては、平野構成員に主査代理をお願いしたいと考えておりますが、構成員の皆様、いかがでしょうか。

(「異議なし」の声あり)

【新美主査】 どうもありがとうございます。それでは、平野構成員に主査代理をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【平野主査代理】 はい。

【新美主査】 続きます、本タスクフォースの議事の公開等の取り扱いにつきまして、確認をしたいと存じます。

議事等の取り扱いにつきましては、資料2に記載した内容のとおりを実施したいと存じます。これにつきまして、事務局からご説明、よろしく申し上げます。

【渡部料金サービス課課長補佐】 それでは、お手元の資料2をごらんください。本タスクフォースの公開ということについてでございます。

まず、会議につきましてでございますが、本タスクフォースの会議は原則として公開をするということにさせていただきたいと存じます。ただし、公開することによりまして、当事者または第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合など、主査が必要と認める場合につきましては非公開とすることができるといたしております。

続きまして、会議で使用した資料につきましても同様の扱いとさせていただければと存じます。

最後、3番目の議事要旨につきましては、原則として本タスクフォースの会議については議事要旨を作成いたしまして公開をするという扱い、これについても、ただしでございますけれども、公開することにより、当事者または第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合など、主査が必要と認める場合については議事要旨の該当部分を削除した上で公開することができるという取り扱いとさせていただければと存じます。

以上、ご説明でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

ただいまの公開の件に関する説明につきまして、皆様からご質問、ご意見ございましたら、よろしく申し上げます。よろしいでしょうか。

では、この要領に従いまして、議事等の公開は進めてまいりたいと思います。

それでは、議題に移らせていただきます。

まず、事務局から、「携帯電話の料金その他の提供条件」に関する現状と課題についてご説明がございまして、よろしくお願いたします。

【内藤料金サービス課企画官】 それでは、資料3につきまして説明させていただきます。時間も限られておりますので、資料については一部説明を省かせていただきながら、進めさせていただきたいと存じます。

まず、資料をおめくりいただいた2ページ目に目次がございまして、まず、市場、制度の現状、携帯電話料金等に関するこれまでの取り組み状況と料金負担の現状についてご説明いたします。その上で、今回の検討項目に対して対応する形で、料金プランの現状、携帯電話端末の販売・流通の現状、MVNOの現状をご説明して、最後に検討課題とさせていただきたいと存じます。

おめくりいただいて、市場の現状でございます。契約数の推移、携帯電話・PHSの普及率についてはごらんのとおり状況です。5ページ目のスマートフォンの契約数、2015年3月末の時点で過半数となっております。スマートフォンは画面が大きく、インタ

一ネットでの動画などの閲覧も容易となっておりますので、こういった利用者の使用する端末の変化に伴いまして、移動通信のトラフィックも増加しております。

6 ページ目をごらんください。最近1年でトラフィックは1人当たりで1.25倍に増加しておりまして、本年6月の時点で1人当たり平均で月間1.9ギガバイトとなっております。こちらは平均となっておりますが、これに対して、1人当たりどれくらいのデータ通信を行っているかの分布が次の7ページ目となっております。

こちらにつきましては詳細は構成員限りとさせていただきますが、同じく本年6月の時点で3.9世代のLTEの利用者では月間1ギガバイト未満の利用者が多くを占めている状況です。

続きまして、音声通話につきましては8ページのとおり、こちらはアンケートによるものになりますけれども、携帯・PHS全体で1週間で10分未満の方が73%を占めているという状況でございます。

続いての9ページ目、これは携帯電話市場の状況でございますけれども、ご承知のとおり、3グループに収れんしている状況でございます。

次の10ページ目、こちらは電話番号を変えないままで携帯電話事業者を変更することができる Mobile Number Portability、MNPの利用者数でございますけれども、こちらは、導入以来、基本的には増加傾向でありましたけれども、2014年度は減少しておる状況でございます。

11ページ目、こちらは移動通信システムの高度化についてでございますが、現在は3.9世代のLTEが主流となっておりますが、今後はLTE-Advancedなどの第4世代が導入される予定で、さらなる高度化が予定されております。

こうした高度化のため、次の12ページでございますとおり、これまでの携帯電話事業者による設備投資がされてきております。こうした取り組みもありまして、次の13ページ目のとおり、3G、LTEともに日本は世界的にも高い契約率となっております現状でございます。

次の14ページ目、こちらは世界の主要な携帯電話事業者との財務状況の比較を載せております。営業利益率という観点では、日本は欧米に比べて中くらいの位置に位置しております。

次に、2.の制度の現状でございます。16ページは料金規制の変遷です。認可制から届け出制を経て、現在、携帯電話の料金について、事前規制は撤廃されております。

17ページ目では、現在の主要な事後規制である業務改善命令の条文をお示ししております。料金そのほかの提供条件については利用者の利益を阻害している場合や、そのほかにも電気通信の健全な発達または国民の利便の確保に支障がある場合には命令をすることができることとされております。

なお、次のページ以降でございますが、事業者間の卸売料金に相当する接続料については、大手携帯電話事業者について事前届出制をとっており、本年5月の法改正を経て、さらなる制度の充実を図っているところでございます。

続いて、3.のこれまでの取り組み状況です。21ページまで飛んでいただきまして、まず、2007年に総務省のモバイルビジネス研究会において販売奨励金について検討がなされました。こちらの提言では、端末価格と通信料金が区分された分離プランを導入するということが提言されました。

22ページをごらんいただきますと、左下の端末割引モデルというものがございます。これが従来型の端末が安いかわりに通信料金が安いプランで、真ん中のプランが新しくその当時導入された端末価格の割引がないかわりに通信料金が安いプランとなっております。この2つを導入によって選択が利用者はできることとなったわけでございますけれども、利用者が主に新しいプランを選んだということもありまして、23ページ目のとおり、導入当初は端末販売台数の減少が見られたところでございます。

続きまして、昨年は本タスクフォースの親会に当たりますICTサービス安心・安全研究会において、料金等に関しての提言をいただいております。こちらは24ページでございますけれども、この関係では3点提言をいただいております。まず、モバイルサービスの料金体系については、データ通信の利用実態に合った多様なプランの導入、販売奨励金についてはSIMロック解除等を通じた適正化、最後に、SIMロックの一定期間経過後の無料解除をご提言いただきました。

25ページ、料金プランにつきましては、こうした議論も受けまして、それまで7ギガバイト中心のプランでございましたけれども、2ギガバイトからの多様なプランが導入されました。

26ページ、第4世代携帯の電話の電波の割り当てに際しても、利用者の通信需要に応じた多様な料金設定を行うことを審査基準として割り当てをしております。

また、27ページ、先ほどの提言を受けて、先ほどの資料でも触れましたけれども、1人当たりのデータ通信量の分布やプランの契約状況、販売奨励金等の額についての報告制

度を設けております。

また、28ページのとおり、SIMロック解除ガイドラインを改正しまして、平成27年5月以降に発売された端末については原則として無料でSIMロックの解除に応じることを定めております。1ページ飛んで30ページのとおり、各社は購入日から6カ月を経過してから解除を受け付ける方針としておりまして、この11月から本格的にSIMロック解除が実施されることとなります。

続きまして、次に4.の料金負担の料金負担の現状に移らせていただきます。33ページ、補佐官からも冒頭ご紹介がありましたが、家計の消費支出に占める通信費の割合についてはこの10年間で増加しておりまして、そのうち、携帯電話の通信料が多くを占める状況となっております。

続いて、34ページ、料金について国際的な比較をすると、フィーチャーフォン、従来型の携帯電話については日本は安い水準となっておりますけれども、スマートフォンについてはこの比較対象国の間では真ん中ぐらいの順位となっております。

35ページに進んでいただいて、こちらは契約当たりの売上高でございます。こちらについては年々減少を続けておるところでございます。36ページ目には国際的な比較を載せておりますけれども、国際的には中ぐらいの位置づけとなっております。

次に、5.の料金プランの現状に進ませていただきます。38ページ、これはフィーチャーフォンの料金プランですけれども、こちらにつきましては、音声通話について従量制、かけ放題の両方のプランが用意されています。

これに対しまして、39ページのスマートフォンの現在のプランというものは、かけ放題が2つ用意されています。この9月から提供されている安いほうの1,700円のプランというのは5分以内のかけ放題というふうになっておりますけれども、データ通信については2ギガバイトなどの少な目のプランというものが選択できなくなっております。

ちなみに、これ以前のスマートフォンのプランは、次の40ページにございますが、こちらは音声通話が従量制でデータ通信については7ギガバイト上限のプランが中心となっていたところでございます。

41ページに総務省に対して報告がされている料金プラン別の契約数の分布があります。詳細は構成員限りとなっておりますけれども、従来のスマートフォンプランで提供されていた先ほど触れた7ギガバイト上限のプランが最も多くなっております。

続きまして、42ページです。こちらは音声とデータの組み合わせで料金プランを国際

比較しております。諸外国では料金が安いプランということでSIMのみのプランというものがございまして、そちらとの比較を行っております。日本は赤い太い線となっておりますけれども、こちらは少ないデータ容量のところで高い料金額となっている状況でございます。

1ページ飛んでいただきまして、44ページ、こちらはスマートフォンを利用しない理由についてのアンケートでございますけれども、こういったアンケートでは、スマートフォンの利用料金が高いことが最大のネックとなっている状況が見てとれるところでございます。

次に、6.の携帯電話端末の販売・流通の現状です。46ページ、こちらは国内携帯電話端末の出荷台数でございますけれども、2011年以降、減少が続いておりますけれども、スマートフォンがより多くを占めつつある傾向にございます。

次の47ページ、販売台数におけるメーカーのシェアでございます。メーカーのシェアでございます。スマートフォン全体ではアップルが過半となっております。また、最近ではSIMロックフリーのスマートフォンというものについての流通が増えておりまして、本年4月以降は月々10%台の販売台数を占めるに至っております。こちらについてはASUSやLGなどのメーカーが上位を占めているところでございます。

続いて、48ページ、こちらは端末の使用期間ですけれども、全体では半分以上の利用者が2年以上同じ端末を利用している一方で、スマートフォン、真ん中のグラフでございますけど、こちらについては2年以内の方が6割を占めております。

49ページ、こちらは携帯電話端末の流通の構造でございます。ほとんどはメーカーから携帯電話事業者に卸されて、販売店を通じて販売されています。一方で、SIMフリー端末については、端末メーカーの店頭販売であったり、オンラインショップ等によって販売をされている状況でございます。

次の50ページ、こちらは販売店を通じた利用者との契約関係です。携帯電話をいわゆるキャリアショップ等で購入する場合は、お店が通信事業者と端末購入者との通信契約を媒介するという関係に立ちますけれども、それと同時に、端末の販売を行うという場合には、端末販売店として購入者と販売店との間での売買契約が結ばれるということで、契約関係が2つあるという形になっております。これに加えて、割賦をする場合にはまた別の契約がなされるということになります。

続いて、51ページ目でございます。こちらは大手携帯電話事業者が提供する端末購入

者へのさまざまな優遇の概要となっております。ここでは3つの形態に整理しております。まず、携帯電話事業者は購入者に対して①のとおり、月々の通信料金の割引を行います。また、②のように、端末代金の割引も現在では提供されているところです。さらに、代理店に対して、③の販売奨励金等を支払いますけれども、これは代理店による値引きやキャッシュバックの原資となるところでございます。以下、それぞれ説明させていただきます。

52ページ、こちらはまず月額通信料金割引でございますけれども、端末の購入者に対して、月々の通信料金を割り引くものです。通常は端末の割賦代金の支払い期間と同じだけの期間の割引を行うこととなります。割引額が、これは機種であったり、MNPや機種変更といった契約の形態、購入時期等によって異なってまいります。具体的な金額は端末ごとに確認する必要がございます、わかりにくくなっているところでございます。

53ページ目以降に、各社の割引の例をお示ししております。こちらのほうがイメージはつかみやすいかと思えます。一般に、新規購入や機種変更に比べて、MNPのほうが割引額が多くなっております。また、MNPの場合にはほかの割引制度による割引も提供されておまして、この結果、場合によっては端末代金以上の割引が行われることもあります。

次に、56ページ目でございます。こちらは端末代金に対して直接大手携帯電話事業者が割引を提供する制度でございます。現在はMNP担当者に限定して提供されています。これによって、ほかの割引とあわせて端末代金が当初からゼロ円となる場合もあります。ただし、1年あるいは2年以内に通信契約を解除した場合、こちらにはあらかじめ定められた解除料を支払うことが条件となっております。なので、ゼロ円で買ったとしても、解約をすると支払いが生じるという形になります。

なお、次の57ページにもありますとおり、これは対象機種が決まっているんですけれども、この対象機種について、ドコモとソフトバンクでは一括払いという形でも分割払いという形でも選択できますけれども、いずれの場合を選んでも、支払い総額は一緒となっております。また、ソフトバンクでは、分割払いを選択した場合には、端末購入割引のかわりに、月額料金割引が適用されるということになっております。しかしながら、利用者の支払い総額としては、どちらを選択しても同じ額が割引をされるという形となっております。

続いて、58ページ目が販売奨励金についてでございます。こちらは総務省が報告を受けた販売奨励金等の額、状況をお示ししているんですけれども、内容は構成員限りとさせ

ていただいております。

次の59ページ目は、各事業者の端末販売の収支を示しております。こちらは事業者によっては流通や販売事業に限らず、修理などの収支も含まれております。詳細は構成員限りとさせていただきますけれども、基本的には各事業者の赤字の傾向が見てとれるものとなっております。

続いて、60ページ目でございます。こちらは端末販売事業と通信事業の収支構造を示したものです。大手携帯電話事業者はどちらも行っているんですけれども、端末販売事業では、先ほど触れた販売奨励金であったり、端末料金割引などが費用に計上されることとなります。

これに加えて、先ほどの月々の通信料金割引については、こちらの右側の通信事業の側の収支において、通信サービスの収入の減少という形で端末販売のサポートに用いられているという構造になっております。したがって、端末販売に関連する費用としては、通信料金の割引というものも考慮する必要がございます。

61ページ目では、こちらではMNPと機種変更の場合の支払い額の比較のシミュレーションを行っております。機種変更の場合は月額通信料金割引の額がMNPよりも低く設定されております。一方、これに対して、MNPでは、端末購入割引等によって端末代金がゼロ円となるケースもあります。さらに、MNPの場合は、これに加えまして、通信料金割引が適用される場合があり、販売店でのキャッシュバックも見られるところでございます。

こうしたことを積み上げていきますと、これは極端なケースということでイメージいただければと思いますけれども、機種変更とMNPとでは、同じ端末を購入しても2年間で12万円もの負担の差が生じ得ることになります。また、さまざまな割引によって、この試算ではMNPの場合には毎月の支払いが3,000円弱の負担で済むこととなりますけれども、通常のユーザーは毎月6,500円ということで、この場合では半分以下の負担となっているところでございます。

次の62ページでございます。これは韓国で昨年10月から施行されました端末販売についての法律の概要を紹介しております。通信事業者や代理店は、3条により、契約形態やプランにより差別的な補助金を支給してはならず、また、4条で、補助金の額について上限を設けられているというところでございます。また、6条では、補助金を受けない利用者に対して、料金割引を提供する義務が設けられているところでございます。

次に、7.のMVNOの現状にお進みいただければと思います。64ページ、MVNOは、電波の割り当てを受けてサービスを提供する通信事業者からネットワークを借りてサービスを提供する事業者を言います。通常の利用者の方が目にするSIMというカードを差し込むタイプで契約する契約数というものは増加しております、右下のグラフのとおり、2015年度末で326万まで増えておりますけれども、全体の契約者の割合からいうと2.1%ということで、まだまだ小さいシェアにとどまっているところでございます。

次の65ページは、こうしたMVNOがネットワークを借りる料金であるデータ接続料などの推移を示しております。データ接続料については、この5年間で10分の1まで低廉化しているところでございます。こうした低廉化という、低廉なデータ通信料を背景に、次の66ページのとおり、MVNOの料金は月額で1,000円台中ごろからの低廉なものとなっております。ただ、大手携帯電話事業者はかけ放題プランを提供しておりますけれども、MVNOにおいては、音声については従量制の通話料が主流となっておりますところでございます。

次の67ページは国際比較になります。日本のMVNOはデータ通信のみで見ると、主要国でも最も低廉な水準となっております。薄い水色のほうのグラフでございます。ただ、音声とデータ通信を組み合わせると、国際的には真ん中ぐらいの水準となっているところです。また、諸外国では、音声通話が無制限であったり、ある程度の通話時間がセットになったものも提供されている状況でございます。

次の68ページは、MVNOの認知度です。こちらは増えておるんですけども、2014年度は7割の者がMVNOを認知するに至っております。

次の69ページは、MVNOの利用に関する利用者の意向です。実際にMVNOを利用する者というのはやはり料金の安さが魅力であるとなっておりますが、MVNOを選ばない方というのは、MVNOを知らない方というのを別にすると、サービス内容への不安であったり、魅力的な端末がないことがネックになっているとのことです。

次の70ページが、MVNOへのMNP手続についての説明になります。大手携帯電話事業者の間では、これは即日で乗り換え手続ができるのですがけれども、MNOからMVNOへは数日を要しておりました。これについては、現在改善されつつありまして、MVNOがMNOと同じような仕組みを利用できるようにすることで、即日で手続ができるようになっております。これによって、MVNOもMNPがしやすくなっているところでございます。

次の71ページは加入者の管理機能についての説明となっております。諸外国ではMVNOがこの加入者の管理を行うHLR/HSSといった機能を独自で、独自に運用することで、音声の定額料金制などのさまざまなサービスを提供しております。

これにつきましては、次の72ページにあるとおり、「日本再興戦略」にも取り上げられておりまして、一番下の部分に記述があるんですけども、事業者間の協議を促して、検討を進めることとされております。

最後に、以上を踏まえまして、8.の検討課題になります。74ページ目に、検討項目に沿って3つ挙げております。まずは、データ通信のライトユーザーであったり、通話のかけ放題が不要な人などにも対応した料金プランが現在提供されているのかどうかという点です。次に、端末価格からサービス・料金を中心とした競争への転換については、端末の販売と通信契約が一体化して、利用者にとって相互の関係がわかりにくくなっているか。また、MNPを頻繁に行う利用者や端末を買いかえる利用者に対して、さまざまな優遇がある中で、端末を買いかえない長期契約者であったり、さらには、SIMフリー端末を自分で購入して契約する利用者等との間での公平性について、どのように考えるかとしております。3点目としては、MVNOサービスのさらなる低廉化・多様化を図っていくため、どのような方策が必要かとしております。

駆け足となりましたけれども、資料3についての説明は以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

ご質問あるかと思いますが、北構成員のご報告をいただいた後に、あわせてご議論いただきたいと思います。それでは、北さん、よろしく申し上げます。

【北構成員】 野村総研の北でございます。最近、トップバッターを命じられることが多いですが、ご指名ですので、しっかりと務めさせていただきたいと思います。資料4をごらんください。

まず、1ページ目でございます。このグラフは、縦軸の左右軸が異なるのですが、まず、水色の契約数は右肩上がりで伸びています。緑色の世帯当たりの契約数もほぼ同期して増加していることがわかると思います。我が国では世帯数は微増傾向にありますが、世帯数当たりの人員はそれに伴って紫色のグラフのように下がっています。しかし、世帯の中で携帯電話を保有する人の増加、それから、1人複数携帯電話等を保有する人が増加することによって、対世帯人員普及率は2012年に100%を超えています。つまり、世帯人員を超える回線数が家庭の中にあるという状況になっています。これは単なる平均ですか

ら、実態的にはもう少し多い世帯もあれば、少ない世帯もあるでしょう。

2 ページ目に「家計支出に占める携帯電話関連支出は増加する仕組みになっている」と書きました。今申し上げたことに加えまして、ガラケーからスマホへの移行に伴うデータトラフィックの爆発的増加も支出が増加する理由の1つです。音声ARPUは減少していますが、それを上回ってデータARPUが増加しています。それから、スマートフォン上での多様なサービスの利用増、ゲーム、音楽、ビデオ、雑誌、新聞、スタンプ、アプリ、このようなものをスマートフォン上で購入することが増えました。その決済は多くがキャリア重畳決済で行われています。つまり、キャリアからの請求書に載ってきます。最近では、キャリアが提供し始めている物販についても、その代金がキャリアからの請求書に載ってきます。

こういう使い方をする人が、家計調査の対象世帯にどれだけいますかということは、存じ上げないのですが、一般的に、スマートフォンの利用が進めば進むほど、家計のほかの科目、ほかの支出にそれまであったものが減る構造になっています。例えばゲームです。ゲーム機やゲームソフトが売れなくなったという話がありますが、スマホゲームに移行しています。ゲーム機というところの支出金額が減り、代わりに、スマートフォン上のゲームアプリを買ったり、ゲームの中でいろいろなアイテムを買うための支出が、通信料金に重畳されて回収されます。こういう構造は、非常に便利であるという言い方もできるわけですから、これを以て、増えているからいかながなものか、という話ではないと思います。

総務省が家計調査を実施しているわけですから、今後、通信料金に係る調査方法を精査する必要があるでしょう。量販店のパソコンコーナーに行くと、ソフトバンク光のはっぴを着た人がたくさんいるわけですが、パソコンの購入と一緒にソフトバンク光に加入すると5万円安くなりますよというような提案をしてくれます。もしそういうお客さんが家計調査の日記を書くとしたら、パソコンの代金は5万円安くなりますし、その5万円を通信事業者はどのように回収しているのかというと、全ユーザーの通信料金から回収しているわけです。非常に広く薄く回収しているので、皆さん気づかない。こういう構造が存在しています。この構造がなくなる限り、家計支出に占める比率はどんどん増加していくと思います。

それから、先ほどの総務省さんの資料にありましたが、国際的に見て、我が国の携帯電話料金は高くありません。3 ページに1年半ほど前に私どもが実施した調査結果がございます。これは各国のシェアナンバーワンキャリアにおいて iPhone5s を新規に購入した場合

の2年間の総額を24カ月で割った月額です。つまり、裸の通信料金だけではなくて、携帯電話の端末代金まで含めた負担を比較しています。

これを見ると、この1年半前の時点では、日本の通信料金というのは、横軸がデータプランですから、イギリスを除けば、たくさん使う人にはかなり優しいというか、安い料金水準になっています。一方で、一番根本の赤い丸のところを見ていただくとおわかりだと思いますが、100MBや250MBの支払いは高くなっています。なぜなら2GBプランが一番下のプランなので、2GB使っていない人も2GB分の料金を払わされるわけです。つまり、日本は、ヘビーユーザーに優しい料金体系になっていると思います。

ただ、国際料金を比較する際にぜひ注意していただきたいのは、日本の電波の質の高さです。エリアの広さ、深さ、速度、これらは他国を圧倒しています。皆さんも海外に出張したり旅行したりされたら、日本の電波がいかに広くて深いかということがわかるかと思えます。つまり、質がこれだけ高いのに、料金は国際的にそんなに高くも安くもないというのは、誇れることだと思います。

では、何が問題なのかということですが、4ページ目をご覧ください。我が国の携帯電話料金はi-mode開始後、データ通信に関しては従量制となり、パケ死なんていう言葉が当時はやりました。その後、2003年にKDDIさんがEZフラット、そして、ダブル定額を出されてから、データ定額制の世界に突入していきます。これでパケ死という言葉は聞かなくなったわけです。

しかし、2009年から、iPhone 3GSの販売始まり、アンドロイドも普及し始め、まさにスマートフォンブームとなりました。それに伴ってデータトラフィックが爆発的に増加したため、実効速度が低下し始めました。キャリアは幾ら使っても定額というプランにはもう耐えられなくなり、海外ではもっと早くから始まっていたのですが、日本もデータ段階制に移行することになりました。

音声については、永らく従量制が続いていたのですが、2014年6月にドコモさんからかけ放題を出し、縛りなしだと月額4,200円、2年縛りだと2,700円、そして最近では1通話5分以内であれば1,700円という音声定額プランに移行してきたということです。

ここで重要なのは、2007年9月、分離プランというものが入り、携帯電話の端末販売と回線販売が会計的に一瞬完全に分離された時期がありました。端末がさっぱり売れなくなったというので、官製不況と言われたりしました。

その直前ぐらいから、ソフトバンクさんのスーパーボーナスというプランが始まりました。割賦を組んで、その割賦相当代金が月々の通信料金から割引かれるという仕組みです。当初は、最新機種がゼロ円になるほどは割引かれていなかったのですが、iPhone 販売を各社追従したことにより徐々にエスカレートして、実質負担金ゼロ円、あるいは、一括ゼロ円というような売り方になり、さらに、キャッシュバックが付くという状況になりました。このような過度な端末安売り競争が進展してきた背景にあるのは、キャリアの同質化、土管化ということだと思っています。

5 ページに参りまして、今申し上げましたように、端末販売奨励金の総額が構成員限りのデータを見れば一目瞭然なのですが、増加しております。新発売の iPhone 6 s の一番下の 16GB モデルでは、MNP や新規契約であれば、ほぼ実質負担金ゼロ円で入手できてしまいます。端末価格が数万円だったフィーチャーフォン時代から、今や iPhone 6 s は 10 万円もしています。この端末価格の上昇に伴い、販売奨励金が増加しているわけです。

この販売奨励金というものは、端末を買い換えないユーザーを含む全てのユーザーの通信料金から広く回収されています。言うなれば、2007 年の分離プランは実質的に機能していない状態にあると言えると思います。

販売奨励金の一部であるキャッシュバックは 2014 年 3 月にピークとなり、さすがに総務省からの指導も入り、4 月以降、一旦鎮静化したように見えたのですが、一部のキャリアショップや量販店、併売店では、手を変え品を変え、行われております。キャッシュバックのポスターを店頭に掲げると怒られるということで、店の奥の方に張ったり、現金ではなくてポイントで還元しますとか、商品券で還元しますとか、家族 4 人で最大何十万円還元とかお得とか、あの手この手の売り方がされています。

そして、抱き合わせ的販売です。キャリアオリジナルのオプションサービスに加え、アフィリエイトと言われるたくさんのアプリを代理店さんが独自に販売して、キャッシュバックや端末をさらに安く売るための原資を得ています。そのため、キャッシュバックや端末価格の値引きの条件として、アフィリエイトに入ってくださいと書かれています。それらのオプションの多くは、30 日間など一定期間無料で使えるわけですが、その後何もしないと有料になってしまいます。解約し忘れて過剰な支払いが発生しているユーザーはたくさんいると思います。

海外で、端末販売の状況はどうなっているのかということで、昨日の時点のデータなのですが、例えばイギリスの Everything Everywhere のプランを見てみると、パッケージ化

されています。例えば、この図の見方ですが、20GBのプランで、一番上ですね、毎月の通信料金が54.99ポンド、通話とSMSは無制限、アンリミテッド。そして、端末の初期費用が49.99ポンド。こういう組み合わせの中からユーザーが選ぶという形になっています。

例えば、上から3番目と4番目を比べていただくと、同じ10GBのプランで、ほかの条件も全部同じで、端末代金を最初に99ポンド払うか29ポンド払うか、つまり、70ポンド最初に安くしようとする、月々のプランは5ポンド上のプランを24カ月使わなければなりません。端末の初期費用とデータ量と月額料金が連動しています。

イギリスも料金プランは毎年細かく変わっているのですが、ここ数年はこういうパッケージ化されたプランになっています。日本と同様、端末と回線は分離されていないのですが、ここが非常に重要なのですが、他人の端末の値引き分を負担させられるということにはなっていません。自分が安く端末を買うなら、自分が毎月通信料を高く払うということになっています。ある意味で、日本よりは公平だと思います。

昨日調べていて、ここまで来たのかと驚いたのがアメリカです。これはVerizonのプランなのですが、端末とデータは独立しています。例えば、iPhone 6sを一括で買う人は649ドル99セントするわけですが、27.08ドルで24カ月払いすることもできます。そして、料金プランはアイスクリームが積み重なった絵がありますが、SからXXLまでの中から選びます。1GBから18GBまで。これに20ドルの基本料金が別途かかるのですが、この組み合わせだけです。つまり、端末は端末で購入し、あとはオールインクルーシブ、音声、テキスト、データ全部込み込みのプランを選択して端末と組み合わせる。こういう仕組みになっています。

その他にどんなキャンペーンがあるのか、Verizon ショップの代理店の人に聞いてみたのですが、日本から見たら、ほとんどキャンペーンらしいキャンペーンはありません。ちょうどこのページの左上に、LGのG4という端末が100ドルオフと書かれています。これはキャンペーンコードをオンライン決済するときに入力すると100ドル安くなるというものです。おそらくこの原資はメーカーが出しているのではないかと思います。あと、よくあるのは、お店で携帯を買ったら、申し込み用紙を渡されて、買った端末の名前のところにチェックして、レシートを添付して郵送すると、クレジットアカウントに50ドルとか100ドルがバックされます。メールインリベートと呼ばれています。せいぜいそんなものですね。あとは、メーカーのグッズがついてきたりとか、その程度であります。

ですから、この1～2年で、アメリカはシンプルな仕組み、シンプルであるということ
を売りにしてお客様を掴む競争に移行しています。これは日本に比べると、非常に公平な
プランであると言えます。

ということを鑑みまして、8ページ、冒頭、太田さんからの話もありましたけれども、
携帯電話料金全体が高いから下げろという話ではないのです。ユーザー間にもしも行き過
ぎた不公平性があるのなら、これを是正するべきであるという話なのです。どんな不公平
性があるか、これが行き過ぎているのかどうかということが焦点になってくるのですが、
まずは、音声のライトユーザーです。ほとんど音声を使わないのに、縛りなしであれば4,
200円、縛りがあっても2,700円を払っているということに不公正感があるのかとい
うこと。それから、データ通信のライトとヘビーです。2GB以下のユーザーからの利益
をヘビーユーザーに転換しているのではないかということ。ただ、ここをあまり下げると、
今せつかく格安スマホ、格安SIMと呼ばれるMVNOが伸びてきているということもあ
るので、航空業界におけるLCCのように、すみ分ければいいのではないかという考え方
もあると思います。

ただ、すみ分けるといっているのであれば、一般ユーザーが安心してMVNOを使えるような
環境をもっと本腰を入れて整備する必要があると思います。その一つが端末販売奨励金で
す。MNPユーザー、新規ユーザー、買い換えユーザーが、同じ端末を買っても全然優遇
が違う。特にMNPユーザーが優遇されています。また、端末を買い換えるユーザーと長
く使うユーザー、あるいは、iPhoneを買うユーザーとほかの端末を買うユーザー間で通信
料金の優遇が全く違います。

要するに、端末が安く買えるということを前面に押し出したユーザー獲得競争をしてい
ることが、端末を2年に一度買い換えるユーザーにとってはパラダイスなわけですが、買
い換えないユーザーにとってみれば、買い換える人たちの端末販売奨励金まで負担してい
るという不公平感につながるわけです。加えて、体力のあるMNOだからこそ多額の奨励
金が付けられるのであって、新規参入のMVNOに、まさかiPhone 6 Sを無料で持って
いてください、なんていうことはできません。ここが1つ、MVNOの普及の障壁になっ
ていると思います。

つまり、我々はどちらを選択するかを迫られているのではないかと思います。端末と回
線を再度分離する。そうすると、端末価格が上がります。そのかわり、通信料金は安くな
ります。一方、端末と回線はこのまま一体的に扱い、通信料金はある程度高いけれども、

新品の端末が世界一安く買える国。

解は、イチゼロではなくて、この間にあるはずなのですが、規制を入れると、どっちかに偏りがちになってしまう。私個人の意見としては、販売奨励金自体はどんな業界でもあるものですが、行き過ぎているところを是正して、その削減分を、データライトユーザーとか音声のライトユーザーに充当する、というようなことが自主的にできればいいと思います。

そして、最後に9ページです。携帯電話通信料金は安いに越したことはないのですから、ユーザーももっと料金に敏感になるべきで、自分の使い方に合った料金プランの見直しや、MVNOを含むキャリアの見直しを面倒くさがらずに定期的に行いましょうということと、使わないオプションや、2年前にタダでもらったフォトフレームなど押し入れにあるようなものをちゃんと解約しましょうということなのです。

それから、キャリアさんにおきましては、さらなるコスト削減に加えて、設備投資の効率化です。キャリア間のネットワーク・シェアリングも視野に入れた検討は行うべきではないでしょうか。ただ、ここでも選択があります。設備競争が減退することによって、我が国が世界に誇るこのネットワークの品質の低下を招いてはいけませんし、2020年、5Gも視野に入ってきています。5GというのはまさにIoT/インダストリー4.0のプラットフォーム、ビジネスプラットフォームですから、この上で、新しい価値が創造されていく可能性があるわけです。5Gの手を抜かないで、品質もこれまで以上にしっかり担保してくださいということと、通信料金を安くしてくださいということ。この折り合いをどのようにつけるかということになります。

それから、ショップや代理店の販売目標の適正化、代理店監督強化については今、消費者保護ルールのワーキングで議論しています。無理やりお客様が使わないアプリを売りつけて、それを解約し忘れるとことで知らないうちに通信料金が高くなっているといったことを根本的になくさなければなりません。

また、総務省さんにおいては、2020年代に向けて、IoT時代にはあらゆるところに通信ネットワークが張りめぐらされるわけですから、デバイスと回線が一体的に、場所やモノに埋め込まれていくかもしれない。そうすると、逆に分離しないで一体的に扱ったほうがいいのではないかという考え方もあるわけです。そういったことも含めた、本格的な議論の場というのが別途必要ではないかと思います。

以上でございます。

【新美主査】 北さん、どうもありがとうございました。多くの課題が絡んでいるという事のご報告をいただきました。

それでは、事務局のご説明と北さんのご説明とについて、あわせてでございますが、ご自由にご議論いただきたいと思います。初回ということもありますので、できるだけ全員の方にご発言いただければと思います。どうぞご発言をお願いします。平野さん、お願いします。

【平野主査代理】 北さんに質問です。非常にすばらしいプレゼンテーション、ありがとうございました。

スライド8ページの最初の段落、不公平感があるのではないかという問題提起で各論として、一番下のブレットポイントの iPhone ユーザーと端末ユーザーの違いというか、なぜそういう違いが出てくるのか、聞いてはいけないのですかね。アメリカの論文等を読むと、再販売の価格の問題とかあるのか、もしご存じであれば、お伺いしたいと思います。よろしいでしょうか。

【新美主査】 なかなかストレートな質問ですね。

【北構成員】 それは私が知っているはずがない情報ですね。確かに中古市場が海外では整備されていて、安く中古も買える、あるいは、高く下取ってくれるということもありますけど、私には答えられないですね。非公式の場であつたら答えられますけど、公式の場では答えられないですね。

【平野主査代理】 ありがとうございます。

【新美主査】 かなり微妙なご質問だと思いますけど。この問題はまたいろいろなところで出てくるかと思えますけれども、立場もありますので、そのときに個別に情報交換していただければと思います。

あと、ほかにごございましたら。それでは、森さん、お願いします。

【森構成員】 では、同じところで、私も北さんにお聞きしたいのですが、もちろん端末価格のお話ではなく、資料の8枚目なのですが、これはほんとうにどちらを選択するかというところで、これはほんとうにわかりやすい踏み込んだ問題提起をさせていただいていると思うのですが、ちょっとご確認なのですが、その端末と回線を再度分離し、端末価格は上がるが通信料金は安くなると、MVNO普及促進であると。端末と回線を一体的に扱って、通信料金は高いけれども、端末は安く買える。MVNOの普及に課題ということで、後ろのこのMVNOの普及のところなのですが、これは確かに上にお書きのように、

端末の販売奨励金を、MVNOの場合はそんなに出せないわけですからということで、そういうことになるというのはよくわかるのですが。

ちょっと逆に考えることもできないかなとも思っています。今すぐの話だとそうなのかもしれないのですが、もう少しMVNOの普及が進めば、今だと何分、非常に価格は安いけれども、普及率が低過ぎる。もっと進めば、逆に、MVNO側から見てMVNOの普及が進めば、この左に書いてあることにインパクトが与えられて、そうそう端末販売奨励金も高く支払ってられない、それは言ってみればユーザーがMVNO側に移るからなのですが、そういうふうには考えられないかなとシンプルに思ってしまったのですが、それはいかがでしょうか。

【北構成員】　そうですね、進めば、の話ですね。でも、進むための隘路でもあるのです。SIMオンリーのMVNOが今、大半を占めているのだと思うのですが、ユーザーアンケートを見たことはないのですが、おそらくそのようなユーザーは、ITリテラシーの高い人だと思います。SIMカードだけを買って、中古端末を買って、挿して使うわけですから。

ほんとうにMVNOが市民権を得るには、やはりワンストップで、端末が壊れたときでも端末と回線を一体的に面倒見てほしいという人も安心してMVNOを選べるようになって、初めて全体の普及率が20%とか25%になっていくのではないかと思います。

端末を買い換えるときに、MNOで契約したほうが実質ゼロ円だったり、キャッシュバックまでもらえるような状況のままでは、なかなか通信料金が安いからといってMVNOにしようとはならないでしょう。2年間の支払総額を計算すれば、実はMVNOが安いということも頭ではわかるのですが、お店に行ったときに、端末が無料ですよ、キャッシュバックがありますよ、とかと言われたら、そっちに行ってしまう人は多いのではないかなと思います。

この壁をブレイクスルーしないと、政策目標には達しないと思います。

【森構成員】　わかりました。ありがとうございました。

【新美主査】　ほかにご質問あるいはご意見がございましたら。それでは、長田さん。

【長田構成員】　今日のお2人、事務局と北さんのお話を伺っていて、ずっと前から申し上げていた、そんなにみんな、実は使っていないのではないかな。データも7GBなんて要らないのではないのかなというのも資料で、やはりそうだなと思いました。そのわりには、多くが、7GBプランでまだ契約しているということがわかりました。今、MVNOを選ぶ

べきライトユーザーの人たちがなかなかそれが選べていないというのもまた現実で、都市にいてネットもいろいろ使えて、何でもほんとにわかっている方たちはMVNOを選べるのだと思うのですが、地方であったり、ライトユーザーでもともと詳しくなかったりする人たちが、どうやってMVNOに出会うのかというところの見直しをまずやっぱりしていく必要があると思います。

これから、我々の暮らしに身近な社が、MVNOにもう少し参加をしてきてくれるようになれば、またその実態も変わるのではないかなという気はしているのですが、今の段階ではなかなかこれ以上のライトユーザーへの普及がすごく難しいのではないかと思います。ただ、もう少し簡単に契約ができる、自分に必要なものだけが契約ができるというプランが全国どこでも望めば契約ができる仕組みを研究していく必要はあるだろうなと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、北さん、お願いします。

【北構成員】 ちなみに、ケーブルテレビ業界において、ケーブルプラットフォームというものをケーブル連盟が作りました。その上に乗れば、比較的体力のないケーブルテレビ会社でもMVNOができるということで、年内にたしか90社ぐらいはMVNOを始めます。しかも、ケーブルマンがご家庭までちゃんと端末を持って行って、使い方まで教えてくれるというのですから。しかもシンプルな料金プランです。こういうMVNOが出てくれば、もっと安心してMVNOを使えるようになるのかなと思います。

【長田構成員】 すみません。私もそれが念頭にあって申し上げました。ただ、それがほかのサービスとセットされたりということになると、また複雑化します。ここで申し上げることはないですが、ほんとうに欲しいものだけがシンプルに契約できる仕組みをぜひ検討していくべきだなと思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。

舟田先生、お願いします。

【舟田構成員】 今の話で言いますと、私もあまりそういう技術的なことは苦手なのですが、実は夏、自分でSIMフリー端末を買って、SIMカードを入れようと思いましたが、あれ、SIMって入りにくい、入れるの、ちょっと難しいんですね。失敗していろいろ苦労したので、それはお話が出たとおりに、あまり詳しく知らない人はMVNOユーザーになるのは難しいと思います。

そういう意味で、携帯の場合は、全国にキャリアショップ何千でしたっけ、かなりあり

ますよね。

【北構成員】 8,000店ぐらい。

【舟田構成員】 8,000店。大変な流通網の整備で、これは一面ではもちろんユーザーにとって非常にありがたいことで、わからないときにショップに聞ける。しかし、マイナス面としては、3社以外の者が入る際の非常に大きな参入障壁になっているということで、独禁法の世界では、昔から専売制、寡占企業が専売制を敷くことによって、中小企業が入れない。あるいは、昔の日米経済協議ではアメリカの自動車メーカーがトヨタ等の販売網を使えないというのが問題になりましたが、やはりそういう問題が少し残っているのかもしれない。

ですから、これは消費者利益からいいますと、善し悪し、つまり、いい面、ショップによって消費者が助かっている面と、それによってはほかの3社以外の選択肢が難しくなっている、両面があるということだと思います。

それから、もう一つ、先ほどの森さんのお話の続きですけれども、MVNOと3社とはやはり、何と申しますかね、同じサービスを提供していますが、かなりまだ差がある。だから、差がなくなれば、競争すれば、販売奨励金も含めて、これがだんだんなくなるでしょうけれども、今のところは3社が圧倒的にシェアの大部分を占めているというところ、しかも、先ほどどこかに3社同質化というようなことを北さんが書かれていましたけれども、そういうところでは、前回のタスクフォースでも言いましたけれども、いわば3社は協調的寡占になる。しかも、それはカルテルをして仲よくしましょうねと言っているわけではなくて、各自が独自に自分で判断すると、同じことをしたほうが得だということだと思うのです。

ですから、キャリアの自由に任せておくと、動かないということになるので、このタスクフォースもそうですけれども、何らか外から提案しないといけないことだろうと思います。

しかし、これも先ほど北さんがおっしゃったのですが、外から提案するといっても、では、もう一回規制をするかということになると、これはせつかく料金について規制緩和をして競争を促進しようと思ったのが、逆に規制になるというジレンマを抱えているということだろうと思います。

それから、もう一点だけですが、最初の太田補佐官の話にもありましたけれども、消費者は非常にわかりにくいのです。携帯の料金含めて、取引条件を理解するのは難しい。最

初、契約すると、おそらく平均30分ぐらいかかっているのではないのでしょうか。もっとかかっていますか。1時間。そんな、私もやったことあるのですが、説明の最後の方では、頭がぼうっとしてくるんです。それは消費者はもっとちゃんと理解せよとか言われたって、もうそれは不可能な話で。

これも前回、ちょっとお話ししたことがあるのですが、これはイギリスの電力規制の例をちょっとお話ししたのですが、イギリスは電力と都市ガスについて熾烈な競争を始めて、かなり前から始まっているので、非常に複雑な料金体系になるということで、イギリスの規制官庁が、モア・シンプラー、あるいは、モア・クリアラー、そして、モア・フェアラーという、彼らはそういう標語を使うのがうまいですけれども、料金体系を単純化してくれという提言をしました。プランを4つに絞れと。それ以上作らないとか。

今回そういう諸外国のこと、私、今日、北さんのそれを初めて聞きましたけれども、もっとシンプルなプランが出ているということのようなので、このような方向のほうがやはり消費者の利益になり、選択が広がるということはもちろん競争が促進されるということになる。

じゃあ、それ、うまくいっているのか。実はイギリスの場合うまくいってないのです。どうやっていいか、どういうふうに単純化しろというのか、難しいということです。今日は1回目ですから、失礼ですけれども、難しいなということの発言だけで、一応閉じたいと思いますけど。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、平野さん、どうぞ。

【平野主査代理】 またしびれる質問かもしれませんが、北さんの発表いただいた7ページのアメリカの、これはまさに今の舟田先生がおっしゃったシンプラーですね。問題の根源の一つが複雑であるということにあるというふうに私は理解していますが、この7ページは非常にシンプルでいいねというお話がありました。

この質問は、総務省様の49ページ、いきなり飛んで申しわけないのですが、日本の携帯、スマホの売り方というのは、キャリアさんが全部買い上げますというこのビジネスモデル、これによって過去、携帯電話は普及できたという成功モデルでもあるのです。ただ、これがあるがために、キャリアさんは物品の販売と通信の販売の両方であると。であるからして、原資を通信料の値下げとか、通信料で広く浅く皆さんから取りながら、端末の値段を下げてゼロにすると、こういう仕組みは可能であるという、こんなところがあ

るのかなと。

そうすると、北さんのこの7ページのアメリカがシンプルになったのは、もしかしたら、アメリカはビジネスモデルが違うのではないかと。同じですか。同じで可能であると。

そうすると、質問は、なぜ同じで可能になったのかなと。私がアメリカの論文で読んだのは、望ましいのはシンプルな販売にしていくことが望ましいと。もっと望ましいのは、シンプルな販売の形でキャリアさんが競争し合う、うちのほうがシンプルだと、うちのわかりやすいと、お客さんをだましてませんよということで競争し合うというのが望ましいのではないかと。こんなことも読んだことがありますが、なぜこれが可能になったのか、その辺のお考えを教えてくださいと思います。

【新美主査】 では、北さん、これも。

【北構成員】 アメリカは、いわゆる2強2弱と言われる、Verizon、AT&TとT-Mobile、Sprintがいて、T-Mobileが縛りのないことを売りにするシンプルなプランを打ち出して、果敢に市場をかき回したわけですよ。それが時流にぴったり合ったのでしょね。アメリカの国民も、やはりそれまでのプランというものは複雑でわかりにくいとっていたのでしょね。いろいろな縛りもありました。

チャレンジャーがいると市場は動くのです。T-Mobileが果敢に新しい、シンプルを売り物にするプランを出したことが、大手も巻き込んでアメリカ全体のプランをシンプルにさせていっている、シンプル競争が進んだ、そういうふうに私は理解しています。

【平野主査代理】 ありがとうございます。

【新美主査】 ほかにご意見がありますでしょうか。森さん、どうぞ。

【森構成員】 それだけ、今またその続きの話で申しわけないのですが、そう伺うと、何かアメリカはすばらしいような感じなのですが、他方で、先ほど来の事務局のご報告を伺っていると、その34枚目とか36枚目とかがそうなのですが、何かこの料金比較だと、これ、アメリカは最悪に高いわけなのですが、これはシンプル競争でチャレンジャーが市場をかき回してうまくいっているにもかかわらずこうだというのは、どういうことなのでしょう。

【北構成員】 これも私が答えるものではないとは思いますが、なぜなんですかね。利益率を見ても、VerizonとAT&Tは30%を超えています。

【森構成員】 むちゃくちゃですよ。

【北構成員】 相対的に見て、もうけ過ぎ、いや、もうけ過ぎって言葉は良くないです

ね。もうかっているのです。だから、国際比較をしても高い。データのパッケージプランが、総務省さんの資料にありましたけど、小刻みであることはいいのですが、この階段の角度が急なのです。たくさん使う人はたくさん払う。たくさん使わない人は払わなくていい。

究極的に最も公平なプランというのは、限りなく直線に近いものです。階段がどのくらい細かく刻まれるかということと、階段の傾き、そして、直線なのか、上に凸なのか下に凸なのか。これらがまさにキャリアの戦略となるのです。

たくさん使ってほしければ上に凸にしますし、あまりたくさん使ってほしくない、つまりネットワークの負荷を上げたくないということであれば、下に凸にすると思います。これは各キャリアの設備投資の状況や、一番混んでいる基地局の混みぐあいなどを勘案しながら、各社、最適な料金のカーブを作っているはずですが、これ以上は私ももっと調査しないとわからないです。

【森構成員】 ありがとうございました。

【新美主査】 なかなか難しい。どうもありがとうございました。

ほかにご意見ございますでしょうか。舟田さん、どうぞ。

【舟田構成員】 今の森さんのご指摘は難しいですよ。これ、私の推測なのですが、アメリカで端末と回線の分離が進行したというのですが、日本との違いはおそらく販売奨励金の額ではないでしょうか。日本は巨大な販売奨励金をもって端末と回線の、何と申しますか、一体化と申しますか、いろいろ整備をしている。

諸外国でこんなに大きな販売奨励金を出しているというのは、ないのではないのでしょうか。これは大変な管理が必要なはずですが、これだけの巨大な販売奨励金だと。

また独禁法の話に戻りますが、メーカーが流通業者に支払う、普通リベートと言っていますが、リベートというのはもうずっと、60年代、70年代、日本の流通産業の暗黒の流通大陸を支える非常に大きな問題だと言われてきたのです。それで、各業界も努力して、何とかリベートを減らそうとしてきた。リベートの管理費用だけでも大変なことになるといって、そのようなリベートの動きが90年代の不況も相まって、価格破壊につながったのでしょう。90年代から随分リベート問題はなくなったと思いますが、逆に、この携帯の業界はリベートがまだ増えてきたということで、この問題が非常に大きいかなという感じは。

これも、これは事務局でしょうか。諸外国の販売奨励金はどうなっているのか。事務局

にいずれ調査していただければと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにご発言ございましたら、よろしくお願ひします。長田さん、どうぞ。

【長田構成員】 その巨大な販売奨励金と期間拘束というので相まって、2年目のその区切りのところで、何か今変えないと損しちゃうのではないかというふうになんか思い込まされている今の全体の仕組みを3社にはぜひ見直していただいて、ユーザーが必要なときに自分の必要な端末を普通に選んで、そのための負担をほかの端末変えない人、ただずっと長期にずっとサービス契約しているだけの人に負担をさせないという仕組みはぜひもう今回獲得したいなというふうに強く思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにご発言ございますでしょうか。

北さんに、イギリスのことで、私から伺いたいのです。イギリスでは、端末とサービスとがパッケージになっているわけですね、そこでですが、パッケージされているその中身が合理的かどうかという点について、議論はございますでしょうか。なぜこういうパッケージになっているのでしょうか。

【北構成員】 例えばこの6ページの変数は、データ量とマンスリーフィーと端末の初期コストです。それ以外に、通話がアンリミテッドか1,000分までなのか500分までなのかとか、いろいろな組み合わせがあります。

イギリス人は非常に理屈っぽいので、このようなプランは徹底的に分析されます。イギリスへ行くと、『What's mobile』などのモバイル専門誌があつて、料金を比較したり、料金の妥当性を分析して、これを契約するのが一番お得とか、そういう情報が出ています。

先ほど説明した10GBで99.99ポンドと29.99ポンドとがありますよね。70ポンドの差ですよ。一方、月額料金は5ポンドの差なんですよ。すると、75を5で割ると14で、14カ月で回収できる。つまり、14カ月以上使うなら、29.99ポンドのほうがお得ということになるわけです。

しかし、ほかのプランを比べてみると、回収期間が結構まちまちなのです。だから、それ自体が戦略なのです。お客様をこのプランに誘導したいというかなり高度なプログラムが裏で走っている。お客さんもきっといろいろ計算するのです。どのプランが一番お得なのかと。そうしたら、そのプランにお客様がしっかり誘導されるような、巧みなプログラムが後ろに走っているはずですね。

【新美主査】 ありがとうございます。

伺いたかったのは、結局こういういろんな組み合わせを始めると、一体どれをとったら得かということについて、情報提供ないしは分析をする者が必要になるのではないかと。そうした情報提供者又は分析者をうまく利用しているというようなことになっているのではなかろうかということです。イギリスで生活したことがありますけど、選択肢がいろいろありますと、『フィッチ』とか何とかという消費者向けの雑誌などが消費者のタイプに応じて損得勘定をしてくれる仕組みが存在しています。フランスでもそういうのがあったと記憶しています。アメリカでも同様です。

日本はそういうサービスがあまり発達していないように思われますので、こういう多様なプランを提示されると消費者にとっては、選択のための情報分析が必ずしも十分にできないのではないのかなという気がします。

ほかにご意見ございましたら、どうぞよろしくお願いします。北さん、何かあれば。

【北構成員】 確かに、これではどれを選べばいいのだろうって、結構ユーザーさん、悩みますよね。

それから、いい機会なので、少しお話しさせてください。日本の通信ネットワークの充実度は、世界に誇れるレベルだと先ほど申し上げましたが、キャリアショップ網も、全国に各キャリア、二千四、五百ずつありまして、そこでは当然、雇用が創出され、そこにいるスタッフたちの給料も、結局は通信料金から支払われています。

販売奨励金というのは、大半がスルーで、代理店に会計上入っても、お客様へのキャッシュバックとか値引きで使われてしまう。それ以外の代理店手数料はコミッションで、1台売ったら幾ら手数料を払いますという契約があるわけです。そのコミッションが原資となって、ショップスタッフへの給料が支払われている。そういうものを全部この通信料金で回収していて、それで今この料金水準ということなので、なかなか立派なものではないかなと私は思います。

ただ、やはり使っていないのに高く支払っているということがあるならば、是正すべきだと思いますし、先ほど舟田先生の質問に部分的に答えると、こんなに販売奨励金を出している国は全く見当たらないです。アメリカの先ほどのプランの場合、限りなくゼロです。端末販売奨励金なんてないですね。イギリスもほとんどないです。端末を安く買う人は、その分、高いプランに自分で入ります。キャリアがそれを安くしてあげるということはないですから。

ただ、頻繁に買いかえる人にとってはパラダイスという状況を維持するのかもしれないのか、というところは議論の余地があると思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにご意見ございましたら、よろしくお願いいいたします。まだまだ時間はございますけれども、今日初めてということで、できるだけ皆さんにご発言いただきましたが、まだまだこういうことで今日のこの場で言っておきたいということがあれば、ぜひご発言いただきたいと思います。

【舟田構成員】 これも何かの機会に事務局に実態を、今日出てなかったことで、オプションサービスです。さっき言いましたが、顧客は店頭に行って、例えば30分は通信サービスと端末の説明を受けて、あと20分ぐらいをオプションサービスの提供、説明を受けるのではないかと、かなりオプションサービスにかかる時間というのはあるのではないかと。これ、何ですかって聞くから余計に時間がかかるのですけれども。

どういうことを調べてもらったらいいな。各キャリアが店頭で幾つオプションサービスを提供して説明しているかということでしょうかね。よく私、今ちょっと思いつきですけれども、もうちょっと何か資料があれば。これも諸外国との比較も含めて、知りたいことですね。

【新美主査】 店頭での説明で、オプションについてどれぐらい時間を割いているかとか、何を説明しているのか。マニュアルがあれば、それを取り寄せていただくということで、よろしいでしょうか。多分ショップ等ではどういうことを話さなければならないなど、マニュアルなどが整備されていると思いますので、取り寄せられたら取り寄せるということで対応していただければと思います。場合によっては、代理店の方に来て説明してもらうということがあってもよろしいかと思います。

では、長田さん、どうぞ。

【長田構成員】 すみません、北さんの5ページのところで、代理店独自のアプリなどが端末価格の値引きの条件というふうに書いてあるわけですが、昨今、独自のアプリの販売が制限されている代理店があるという話もちょうと聞こえてきていて、その辺も含めて、何かおわかりのことがあったら、教えていただきたいです。

【北構成員】 これはまさに次週、キャリアさんに話してもらったほうがいいと思いますが、実際にはそういう条件になっているのですよ。実質ゼロ円、あるいは、一括ゼロ円と書かれた下に、※印で、何と何と何に入ってくださいと書かれています。キャリアさん

自身のオプションやアプリの場合は自ら制限しやすいのですが、代理店さん独自のものは、これまでなかなか制限できなかった。しかし、キャリアによって、それはもうやめろという指導が入っているところもあると聞いていますので、そこはまた次回、話をうかがえればいいなと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかに。森さん、お願いします。

【森構成員】 私も聞いて、伺ってばかりでということだったのですが、1回目ですから、ほんとうにここまでお話を伺ってということなのですが、やはり私も、先ほど舟田先生がおっしゃいましたけれども、せっかくこれまで頑張って自由化してきた料金を、この際直接規制で、というのはいかにもよろしくないといえますか、結局、すごく競争制限的な方向にしか物事は進まないように思いますので、今日伺った限りですと、やはり特にMVNOを中心とした競争促進ですね、MVNOの参入の障壁を取り除いてMVNOの参加を促進するような方向なのかなという、この1回目の時点ではそんなふうに感じました。また次回以降、キャリアの皆さんのお話を伺ってもうちょっと考えたいと思いますけれども、とりあえずはそんなふうに思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。

今の森さんの話、規制をどうするかという話もありますけども、この分野で直接にこうしろ、ああしろと手足を縛るような規制というのはあまり見かけないようです。進歩ないし変化の激しい分野では、目指すべき目標ないし枠組みを示して、それを規制の枠として、その内容をどうするかは事業者の自主的な対応に任せるという手法が1990年くらいから各国で使われております。

ですから、例えば先ほど太田補佐官がおっしゃったように、透明性と公平性とか、そういうような大枠の目標を施策として示し、これを柱として料金体系をそれに沿った形で整備しなさいというような規範を法令で策定しておいて、それを実現するための具体的な措置ないし内容については事業者の自主的な行動計画ないし自主綱領に委ねるようにします。そして、事業者の作成した内容が法令の示した枠に収まっているかどうかは規制官庁が消費者等々を絡めながら判断していくという、そういう規制の仕方もあります。そういうのも一つのオプションというか方向性だということもどこか頭の隅に入れておくとうろしいのではないのでしょうか。

ほかにご意見ございましたら、お願いします。よろしいでしょうか。大体意見も出尽く

したかと思えます。

今日は初回としましては非常に突っ込んだご議論をいただけたと思えます。第1回目の議論は以上にいたしまして、続きまして、事務局から事業ヒアリング等についての予定ないしは案が示されることになっておりますので、ご説明をお願いします。

【渡部料金サービス課課長補佐】 それでは、皆様、お手元の資料5をごらんください。

次回の会合におきまして、事業者等へのヒアリングを予定いたしております。事業者等へのヒアリングですけれども、大手携帯電話事業者、それから、MVNO、そして、消費者団体といたしまして公益社団法人全国消費生活相談員協会様、これらの方々にヒアリングを予定いたしております。

ヒアリング項目でございますけれども、一番上、大手携帯電話事業者につきましては、今回の検討課題であります各項目に沿いまして、それぞれ考え方、それから、これまでの取り組み等についてヒアリングをさせていただくということでいかがかと考えております。

それから、MVNOにつきましては、ここにございますように、MNOとの競争環境に対する考え方、それから、今後の普及に向けた取り組みですとか課題、さらには、サービスの低廉化・多様化に向けた取り組み・課題についてご意見を伺えればと考えております。

最後、全国消費生活相談員協会様につきましては、携帯電話の料金プランですとか、それから、今日ご議論ありましたけれども、割引とかキャッシュバックの適用条件等に関する苦情相談の状況、それから、MNP利用者等を対象とする端末価格を中心としたそういった競争に対してどのように評価をしておられるか、最後に、MVNOのサービスに対する消費者の評価ですとか普及に向けた課題等についてヒアリングをしてはいかがかと事務局としては考えております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。事業者等へのヒアリングの項目案が示されましたが、ご質問、ご意見ございましたら、お願いします。

先ほどのご議論で、舟田先生から出ましたように、代理店、キャリアショップからもヒアリング等をやれたらという話だったと思えますので、事務局でご検討いただけますでしょうか。

【太田総務大臣補佐官】 あと、海外と。

【新美主査】 海外もそうでした。それらの点をよろしくお願いします。

ほかにご質問、ご意見を。北さん、お願いします。

【北構成員】 何で iPhone だけこんなに安いのかということにも答えてもらいたいですね。

【新美主査】 それではできるだけ問いかけるようにしたいと思います。

あと、ほかにご質問。長田さん。

【長田構成員】 キャリアの皆さんには、ご自分たちの利用者のニーズをどう捉えているのかというか、利用者層をどう捉えているのか、きちんと分析して、その上で、どういう料金体系を考えていこうとしているのかというのを少しお話しいただきたいと思います。

【新美主査】 わかりました。要するに、端末の販売のマーケティングではなくて、サービスについてのマーケティングをどうしているかということですね。

ほかにご質問、ご意見ございましたら、よろしくお願ひします。よろしいでしょうか。

それでは、次回、事業者等へのヒアリングは、今いただいた意見をもとに、事務局と再度詰めて、項目等を決めたいと思います。

最後に、次回の会合について、事務局からご説明、よろしくお願ひいたします。

【渡部料金サービス課課長補佐】 次回の会合は、ただいまご説明いたしましたとおり、事業者等へのヒアリングを予定しております。日程、場所等の詳細につきましては、調整の上、別途ご連絡させていただきたいと存じます。

以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございます。非常に熱心なご議論を賜りまして、ありがとうございます。これで第1回のタスクフォースを終了いたします。