

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2回）

1 日時 平成27年10月26日（月） 14:00～16:10

2 場所 総務省講堂（地下2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）

○ヒアリング対象者

公益社団法人全国消費生活相談員協会、株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、ソフトバンク株式会社、株式会社インターネットイニシアティブ、日本通信株式会社

○総務省

高市総務大臣、興水総務大臣政務官、太田総務大臣補佐官、桜井事務次官、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）ヒアリング

（3）その他

（4）閉会

5 議事要旨

【新美主査】 本日は、皆様お忙しい中をお集まりいただきましてありがとうございます。定刻となりましたので、ただいまから、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2回会合を開催したいと存じます。

本日は、相田構成員からご都合つかないとの連絡をいただいております。

また、会合の冒頭及び各ヒアリング参加者の発言の冒頭におきまして、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。

まず、議事に先立ちまして、事務局から資料の確認をお願いいたします。

【渡部料金サービス課課長補佐】 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から資料7までとなっております。このほか、資料2に関しまして、公益社団法人全国消費生活相談員協会様より、お手元のオレンジ色のパンフレットが配付されております。

以上、ご確認をお願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。

本日は高市総務大臣、輿水政務官にご出席をいただいております。まず、高市総務大臣からご挨拶をお願いしたいと思います。よろしくをお願いいたします。

【高市総務大臣】 総務大臣の高市でございます。まず、新美主査はじめ、タスクフォースの構成員の皆様には、先週に続きまして早速第2回の会合を開催していただき、ありがとうございます。そして、本日、大変ご多用の中、事業者、関係団体の皆様、ヒアリングにお越しいただきまして深く感謝申し上げます。

さて、実は先月、9月の経済財政諮問会議の場で、安倍総理より、携帯電話料金の家計負担の軽減策について検討するようという指示がございました。既に昨年の12月にガイドラインを改正しまして、いよいよ来月から、11月からSIMロック解除の受け付けも始まるといったところではございますけれども、今後、ユーザーの皆様にとって低廉で、かつ、わかりやすいサービスが受けられるように、そしてまた、情報通信産業の健全な発展といった視点も踏まえつつ、タスクフォースの皆様は携帯電話料金の負担の軽減策というものを考えていただきたいと思います。

私自身が1人のユーザーとして感じていることを申し上げますと、第1回の会議でも指摘をされた点と多少重複もいたしますが、1つは端末価格と、そしてまた通信料金が事実上一体化している状況で、ユーザーから見ると、少しわかりにくいなということ。そしてもう一つは、頻繁に端末を買い換えたり、そしてまた携帯電話番号をかえずに事業者を乗

りかえる、こういった方々に対してキャッシュバック等非常に安い料金でのサービスが提供される、一方で長期のユーザーにとっては、その分重い負担が課されているのではないかと感じる事、その結果、やはり端末価格の補助を受けられない長期ユーザーですとか、あとライトユーザーの方々の負担が必要以上に重くなっているのではないかと感じる点。それからMVNOのサービスについてももっともっと普及をしたほうが良いと思います。それからもう一つは、これは我が家では、夫が携帯電話2台持ちになっていたり、あと、かけ放題のサービスがあまり利用できていない、そのメリットを受けていない、もしかしたら必要ないんじゃないかなと感じたり、ユーザーにとってさまざまそれぞれのご事情に応じてお感じになることもあるかと思います。今私は1人のユーザーとしてあくまでも私見として申し上げましたが、そういったことも検討課題の一つになるかと思います。

どうか今日は事業者や関係5団体の皆様には忌憚のないご意見をお聞かせいただきとうございますし、また、タスクフォースの皆様には、年末までの取りまとめということで、非常に短期間で検討をお願いすることになるかと思いますけれども、低廉で使いやすいサービスの提供、そしてまた健全な情報通信の発展がということの一つの目標にしながら、ともに頑張ってもらいたいと思いますので、よろしく願いをいたします。

以上でございます。今日はありがとうございます。

【新美主査】 大臣、ありがとうございました。

それでは続きまして、興水政務官から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。

【興水総務大臣政務官】 ただいまご紹介をいただきました総務大臣政務官の興水恵一と申します。本日はご多忙の中を、まずはタスクフォースの皆様は第2回の会合に、そして関係事業者・団体の皆様、お忙しい中をこのようにお越しをいただきましてまことにありがとうございます。ただいま高市総務大臣からございましたような、一つ一つのテーマに対しまして、今日は忌憚のないご意見をいただき、そしてタスクフォースの皆様方におかれましては、ほんとうに短時間で取りまとめ、大変にお世話になりますが、年末までの取りまとめにどうか精力的に取り組みをお願いできればと思います。

甚だ簡単ではございますが、今日は大変にお世話になります。よろしく願いをいたします。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、カメラ撮りの方は、一旦傍聴席にお戻りいただくか、撮影を停止してそのま

ま待機をお願いいたします。

続きまして、本日の議題に移らせていただきます。本日は事業者及び消費者団体からのヒアリングを行う予定でおります。本日のヒアリングについて事務局からご説明をお願いいたします。

【内藤料金サービス課企画官】 それでは、資料1により、本日のヒアリングについて簡単にご説明させていただきます。

資料1、1ページおめくりいただきますと、本日の発表者をご紹介します。上から本日ご発表いただく順番となっております。時間の制約上、団体名とお名前のみを読み上げによってご紹介させていただきます。

公益社団法人全国消費生活相談員協会、石田様。

株式会社NTTドコモ、阿佐美様。

KDDI株式会社、藤田様。

ソフトバンク株式会社、徳永様。

株式会社インターネットイニシアティブ、島上様。

日本通信株式会社、福田様。

以上となっております。ヒアリングに際しましては、まず最初に石田様のご発表、次に大手携帯電話事業者3社のご発表、MVMO2社のご発表となっておりますが、それぞれのグループごとに質疑の時間を設けさせていただいております。本日は多数の方からご発表いただき、また質疑の時間も必要となりますので、説明時間終了の1分前にベルを1度、終了時にベルを2度鳴らさせていただきます。時間内のご発表にご協力をどうぞよろしくお願い申し上げます。

次のページが、第1回タスクフォースを受けまして、本日のヒアリング項目として事前にお示しさせていただいたものとなっております。

また、最後のページが、第1回のタスクフォースにおいて、ヒアリングに関して構成員の方々からいただきましたご質問となっております。大手携帯電話事業者の方におかれましては、こちらにも留意しつつご説明いただければと存じます。なお、このうち3つ目の海外の販売奨励金につきましては、事務局で調べておりますけれども、まだ詳細が判明しておりませんので、もう少々お時間をいただければと存じます。

事務局からの説明は以上となります。

【新美主査】 ありがとうございます。

ヒアリングのカメラ撮りにつきましては、ヒアリング参加者の発言の冒頭の1分間のみとさせていただきます。撮影される方は係員の指示に従いまして、所定の場所で撮影くださるようお願い申し上げます。ヒアリングの質疑応答について撮影したり、傍聴席から撮影をすることは、議事進行の妨げになるおそれがありますので、ご遠慮いただくようお願い申し上げます。

それでは早速ヒアリングを開始いたします。まずは公益社団法人全国消費生活相談員協会、石田様よりご説明をお願いいたします。くれぐれもカメラ撮りは冒頭の1分間のみというふうにさせていただきます。係員の指示に従っていただきますようお願いいたします。それではよろしくをお願いいたします。

【全国消費生活相談員協会（石田）】 ご紹介いただきました公益社団法人全国消費生活相談員協会の石田でございます。よろしくをお願いいたします。このような機会をいただきまして、本当にありがとうございます。私どもの団体は、地方公共団体の消費者窓口で相談員を務めている相談員の団体でして、本日は、そうした相談の現場からということで、相談事例を含めまして意見を述べさせていただきます。それでは、座らせていただきます。

1番、利用者ニーズや利用実態を踏まえた携帯電話の料金体系について。

①他社からMNPで1台、新規契約で1台スマートフォンの契約をした。定額のかけ放題プランは不要であったが、つけないと通話ができないと言われたので契約。半年後解約できるといったけれども、実際違ったということで、かけ放題が違ったということです。

②携帯電話を他業者から乗り換え、スマートフォンに変更した。あらかじめ月額料金をなどを問い合わせたから店に行ったが、通信容量の大きなものを勧められ、言われるまま契約した。家族に相談したら、必要のないものだったとわかったので解約したい。

③スマートフォンで自分が利用しているパケット量は1カ月0.5GBぐらいと知り、データ通信量の小さい契約にすれば安くなるかと思い、携帯電話会社に問い合わせたが、定額プランの選択しかできず、安くならないとわかった。不審だ。

こうしたように、大手携帯電話会社の料金プランは横並び状態で、データ利用量が少ない人でも容量の大きいデータ定額プランとなっていたり、電話はあまりかけないのでかけ放題は必要ないのにかけ放題プランしか選択できなかつたりと、消費者の利用実態に合った選択ができていない状況がうかがわれます。かけ放題プランは、現在、各社様1,000円ほど安いプランができましたけれども、その場合は少ないデータ通信量というものを選択することはできず、結果的に料金の合計は決して安くなっていません。消費者が自分の

利用状況に応じた選択ができるような料金プランの設定が必要だと思います。通信サービスの利用量が少ない人は少ない料金を払い、利用量が多い人は応分の利用料を支払う公平な料金体系というものが求められます。

2番、携帯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。

不要な端末の抱き合わせ的な販売について。

①スマートフォンの機種変更に出向いた店で、スマートフォンのデータ通信量が抑えられると説明されてWi-Fiルーターの契約をした。その際、タブレット端末をプレゼントすると言われて契約をした。実際には、Wi-Fiルーターのつながりが悪く使っておらず、タブレットも必要なかったため解約を申し出たら、高額な違約金とタブレット端末代金も支払わなければならないとわかった。

②高齢の父母がスーパーのブースで、「今、買い替えがお得、タブレットがついてくる」と勧められ、携帯電話を解約してスマートフォン2台の契約をした。使いこなせないで解約させたいが、解約料がかかるらしい。こういう売り方でよいのだろうか。

③スマートフォン購入時に、無料だからと言われて子供用携帯2台を持ち帰った。スマートフォンを解約したら、2台分の通信料が毎月かかり始めた。そんな説明は聞いていない。

次が販売店での説明不足。④MNPだと端末ゼロ円というので、スマートフォン2台を契約した。ところが、家でつながりが悪い。解約を伝えたら、解約料と機種代6万円ぐらいかかると言われた。不審だ。

⑤携帯ショップで、オプションをつければ値引きするということで、10個くらいのオプションをつけ、無料期間の2カ月後に解約しようとしたが、方法がよくわからない。解約しにくくしており悪質だ。あまり機器になれていない方で、よく解約の設定ができなかったということだと思われます。

⑥家電量販店で料金が安くなると勧められ、スマートフォンを買い替えた。請求書が届いたが、オプション契約が付加され倍額近くになっていた。業者に苦情を伝えしたが、契約書どおりと言う。解約したい。これも⑤と同じような事例かと思います。

次がキャッシュバックの条件について。⑦契約した携帯電話のキャッシュバックのポイントが、手続の期限が切れたために電子マネーカードに入れることができなくなった。納得がいけないということで、期間が決まっていたということだと思います。

⑧1万円のキャッシュバックがあるというのでスマートフォンを契約した。その後プラ

ン変更したら、キャッシュバックが受けられないという。そんなことは聞いていない。このプラン変更は、通信のプラン変更のことかと思えます。

⑨携帯電話からスマートフォンに買い換えようと思っている。駅前の携帯電話ショップに最大5万円キャッシュバックと書いてある。ほんとうに5万円もキャッシュバックされるのか。

次が利用者間の不公平ということについて。⑩携帯電話を長期契約しているが、携帯電話会社の顧客獲得の方法はキャッシュバックや実質ゼロ円で短期契約者に有利となっていておかしい。長期利用者を優遇すべきではないか。

⑪携帯電話の2年ごとの自動更新と中途解約時の解約料について、最初の2年は端末代金を値引き等されているのでわからなくはないが、その後の2年ごとの自動更新と中途解約料がかかることは納得できない、何とかならないか。

⑫昨日スマートフォンの機種変更をしようと店に行ったら、3年経っているのに中途解約金を請求された。機種代金は支払い済みで、3年目なのにどうして中途解約料がかかるのか、おかしい、ということで、2年更新がよくわかっていないということだと思えます。

こういった事例では、消費者は2年間通信サービスの契約をすることによって、キャッシュバックや携帯端末がゼロ円、タブレット端末も無料等の特典が得られているということ認識していません。特に、子供用携帯やフォトフレーム、これはよくある事例なのでフォトフレームも書きました、などは、端末代はゼロ円で、使わなければ料金はかからないと説明されていることが多いため、無料ならばと持ち帰りますが、主契約のスマートフォンの通信サービスを解約してしまうと、無料のはずが解約料がかかってしまいます。また、オプションの無料期間内に解約しようとしても、解約手続きができなかったり、キャッシュバックの条件等をきちんと把握できなかったためにもらえなかったといったような、特典が得られずに苦情になっています。これらの原因というのは、通信回線の契約数を増やすための販売店による抱き合わせ的な販売方法による問題と考えられます。代理店、併売店、家電量販店等がインセンティブを目的とした無理な販売を行わないような販売の仕組みと、携帯電話会社による販売店の指導監督というものが望まれます。

携帯電話の中途解約料については、総務省のタスクフォースで期間拘束問題が検討されましたが、その際、消費者側の委員からも、契約期間2年以降の期間拘束については納得いかないとの意見がありました。また、携帯電話を2年ごとに買い換えている短期利用者

は、キャッシュバックや端末をゼロ円で契約するなど利益を得ていますが、長期利用者は2年以降は割引のない高い通信料を払い続けています。このことは、現在はまだ消費者にはあまり知られていないと思われませんが、さまざまところで現在取り上げられていますので、今後は利用者間の不公平な料金体系が問題となってくると考えられます。先ほど大臣からもお話がありましたように、ライトユーザーや長期利用者が損をしない料金体系の仕組みというものが必要かと考えております。

3番、MVNOの普及について。①併売店でMVNOのモバイルWi-FiルーターとSIMカードをセットで契約すれば使い放題と勧められて、料金もほかより安かったので契約した。帰宅してすぐに接続したが、速度が遅くてつながらない。MVNOに苦情を伝えたが、連絡がない。

②通信制限のない格安SIMを契約したが、累積で20GBになると約1週間程度速度制限がかかるとわかった。そんなことは書いてなかったということで、インターネットでの契約かと思われます。

③格安SIMとスマートフォンをセットで契約したが、スマートフォンが故障していた。再度送ってきた端末も故障していたため、返送した。交換や修理に1カ月もかかり、代替機もないのは納得いかない。

④携帯電話の併売店で格安スマホを勧められた。スマホは使ったことがないと断ったが、使い方は教えると言われたので契約した。実際にスマホを使ったが、電波状態が悪く、また、全く使いこなすことができなかった。併売店に相談したが、契約時の担当者はいなくなっていて、対応してもらえなかった。カスタマーセンターに電話してもつながらない、こういう相談です。

MVNOに関しましては、サービスが新しく始まったということで、相談自体は多くありません。ですが、こういった相談も入っているということでご紹介させていただきました。

通信費負担の軽減策として、現在、格安スマホというものの普及についても検討されているかと思いますが、実際にMVNOについて消費者がどれほど理解しているかという点、よくわかっている消費者ばかりではないと思います。キャリアの回線を使っているから安心といったようなコマーシャルというかPRも散見されますので、キャリアと同一のサービスが利用できるかと期待する消費者も多いと思われませんが、実際には、キャリアは手厚いサポート等がありますが、なかなかそこまでは行かないのではないかと考えられ

ます。そういうことがありますので、何がデメリットかということをはっきり伝えるということが必要かと思います。航空券でもLCCのような通常のサービスとは異なるということを前面に出して積極的に消費者に認知を図るというようなことが必要ではないかと考えております。

また最後に、消費生活センターでは、消費者相談のほかに多重債務相談というのも受けているのですが、相談者の携帯料金、多重債務の方であっても単身者の方で大体1万円ぐらいという金額は使っているかなと思います。光熱費の代金が大体通常1万円ぐらいかかっているということですので、携帯電話をライフラインと考えますと、1つの光熱費に関しては3倍ぐらいになっているということで、やはり携帯電話は高い、こういう印象が一般的な感覚だと思います。

私どもとしましては、複雑な料金体系、抱き合わせ的な販売方法、奨励金制度等を見直して、透明性のある販売を行うことによって消費者が自分の利用状況、利用実態に合わせた選択ができる、納得のいく料金プランが提供されるということを期待しております。

ちょっと長くなりました。申し訳ございません。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、ただいまの石田さんのご説明につきまして、ご質問あるいはご意見ございましたら、よろしくお願ひします。どうぞ、ご自由にご発言ください。

では、平野さんお願いします。

【平野主査代理】 すばらしいプレゼンテーションをありがとうございました。配付資料の3ページ目の最後の段落でご指摘の、MVNOさんがキャリア回線を使っているから高品質みたいな宣伝の問題は、実は私が主査を務めている電気通信サービス向上推進協議会の広告表示アドバイザーボードでもちょっと問題になりました。それで、こういうものは使わせているキャリアさんがいるわけで、私の意識としては、そのキャリアさんにもその辺、逆にキャリアさんのイメージも傷つくのはまずいのではないかなというふうに思っているのですが、その辺、石田様としてどうお思いか、ちょっとお伺いしたいです。

【全国消費生活相談員協会（石田）】 確かにおっしゃるとおりかと思います。キャリアさんが実際それをわかっているのであれば、きちんとキャリアさんでも説明していくという必要があると思いますし、ここにも書きましたけれども、同一サービスという、やはり全てが同一のように思うのですね。この事例の中にもサポートがきちんと受けられなかったと。今、キャリアさんでは、修理なんかですと代替機というのを大体貸し出してくれ

ていますけれども、通信サービスなんかで契約していますMVNOさんですと代替機までのサービスはないものですから、やはりそういうところは非常に問題だと思いますので、そこら辺のデメリットと、キャリアさんでもそういう説明というのも考えていただいたらいいのかなと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかにご質問。

森さん、どうぞ。

【森構成員】 プレゼンテーションありがとうございました。実際のご相談に基づいたものなので、大変説得力があったと思いますが、私は1番の料金体系のところ、これは前回は問題になっていたことですし、これからはしばしば出てくるのではないかと思います。この四角じゃないほうの4行目ですね、かけ放題プランは各社1,000円安いプランができましたが、その場合は最も少ないデータ通信量を選択することはできず、合計は安くなっていませんというところなのですから、これはそのとおりにかなと思いますので、やはりこのタスクフォースが始まってから特にそうだと思うのですが、ユーザー間の公平な負担というものが非常に問題になっているわけですので、通話も少ないデータ通信も少ないという人向けの料金プランということは、これはぜひともお考えいただきたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。大事な視点を提供していただきました。

ほかにご意見は。では舟田さん。

【舟田構成員】 こういう問題になるといつも聞かれると思うのですが、消費者の自己責任ではないかという議論があります。例えば1ページでいいますと、1の②とか、2の①、②、③などは、ちゃんと自分で情報を見るべきではないかと、必ずそういう反論が出てくるのだと思います。1回目のときに私は自分の経験から、店頭で選択するために必要な情報が多過ぎて、到底私の頭では理解できないと言いましたけれども、しかし、それも消費者の自己責任だというようなことがあるとすると、説明についてどうしたらいいとか、それについて何かご提案なりご意見があればお願いいたします。

【全国消費生活相談員協会（石田）】 ただ説明されていても、目で見てもわからないということだとすると、内容を理解できないということになると思います。それで今、今度の法律改正のところ、書面交付義務ができましたので、現在の販売ではセット販売だったり、ここに書きましたように無料だからと持ち帰ったとしても、解約するときの解約料とか、

そういうものがしっかり載ってくれば、この契約が一覧性を持ってどういう契約かというのが理解できるのではないかと思います。そうすると、その書面をもって説明していただければ、一定の知識のある方で引き続き携帯なりスマートフォンを契約している方は、この契約がこれを解約するとこの解約料がのってくるのか、実際ゼロ円となっていますけれども、2年間契約することで割引があるからゼロ円になっているかというようなところが明確になってくるのではないかと思います。ただ、問題は1つございまして、やはり高齢者の方の場合は、使い方とか、それとあと横文字でいろいろ説明されたりとか、そういうことがあってよくわからないと。実際にこちらの最初の四角の②なんかですと、あらかじめ月額料金を問い合わせに行ったけれども、容量が大きいものを勧められて、何かよくわからないけど契約してしまったということで、あともう一つ、データ通信のためのこういう容量の大きいのもそうですし、それと、実際は自分では内容がよくわからずに契約してしまうなんということがあって、家に帰って、家族に、こんなものは必要なかったんじゃないのかというようなことを言われていると。それからスーパーのところでは契約した高齢者の方も、実際には使い切れていないということで、説明は聞いてもそれが十分理解されていないといったような問題は、説明のほかの点でまた問題になってくるかなと思います。ただ、書面交付によってかなり変わってくるのではないかなと思いますので、消費者の自己責任と言われぬように、書面をしっかり見て契約することになっていくのかなと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかに。

では長田さん、どうぞ。その後、北さんお願いします。

【長田構成員】 相談の最近のトレンドで、こういうタブレットとか何か、オプションとかあってあったと思うのですが、SDカードについてご相談がもし最近多くあれば、それをちょっとご紹介いただければと思います。SDカードを購入させられたとか。

【全国消費生活相談員協会（石田）】 相談の中でですね、すみません。この2番の事例のところ、容量が大きなものを勧められと書いているのですが、やはり高齢者が必要のないSDカードを契約してしまっていたということで、なぜ高くなっていたかということ、実際家に帰って見たら、そのSDカード自体がものすごい容量の大きなものを契約していたというような相談はあります。ですけれども、SDに落とさなくちゃならないようなものを自分で取り込むということがないので、必要のない契約ということかなと、そういったような相談は入っております。

【新美主査】 北さんお願いします。

【北構成員】 4ページのところに、携帯電話をライフラインと考えて比較した場合、高いと書かれていますけれども、これはすごく重要なことだと思います。電気、水道、ガス、携帯というふうに並べたら、ライフライン的な使い方をしていない人にとって、携帯は高いと思われるでしょう。多くの利用者はライフライン、プラス、ユーチューブでおもしろ動画を見たり、ゲームのアプリを買ったり、それはそれは様々な使い方をしていて、そういう使い方をしてると当然高くなると思うのですが、そのあたりはいかがお考えでしょうか。

【全国消費生活相談員協会（石田）】 それはもう利用者によってと思いますので、そういう利用の方はギガ数もかなり大きなものを使っていたということになると思いますし、固定回線を持たずにWi-Fiで、またなおかつスマートフォンでということでもかなりなギガ数を使っている方もいると思いますので、そういう場合は高くてもいいかなと思うんですけども、そうではない方で、なぜか選択のしようがないというようなことで高くなっているというケースがあるのかなと考えております。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかになければ、次の方のプレゼンテーションに移りたいと思います。

続きまして、携帯電話事業者3社の方々からヒアリングを行いたいと思います。なお、質疑応答につきましては、3社のご説明が終了した後、まとめて行うことにいたします。

まずは株式会社NTTドコモ、阿佐美様よりご説明をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

【NTTドコモ（阿佐美）】 NTTドコモの阿佐美でございます。今日はこういう場を設けていただき大変感謝しております。冒頭、忌憚のないという発言もございました。さらに石田様からかなり厳しいご指摘もあったかと思っております。そういう場ですので、今日はぜひご理解いただきたいと思うところ、そして我々もこれから頑張るんだと、この辺ご理解していただければなと思います。座って説明させていただきます。

お手元の資料3に従いまして簡単に説明させていただきます。めくっていただきまして、冒頭1ページ、ページ数が右下のほうに書いてございますけれども、今日はこの場をかりまして、ドコモとしてもいろいろ取り組んでおりますということで、こういう事業運営の簡単な基本的な考え方をご説明した後、いろいろ今日のヒアリング項目についてご回答させていただければなと思います。

次の2ページに参ります。ここは当社の基本的な事業運営に関する考え方を述べさせていただきます。技術革新によりネットワークの高度化、端末・サービスの高度化を図るとともに、使いやすい料金の提供に努めてまいっております。今後も料金を含むサービス、お客様満足度の向上というものと企業の持続的発展、この両面をバランスをとりながら取り組むというのが重要なかなと思っております。

下に4項目、ネットワークから書いてありますけれども、10年前と比べまして、弊社は大体数百倍のお客様のご利用、いわゆるトラフィックの増加に耐え得る、世界最高品質といえるでしょうか、そういうネットワークを提供しているという自負はしておるつもりでございます。端末に関しましても、お客様ニーズにしっかり応えながら、フィーチャーフォンからスマートフォンへのシフトをしていく中で、幅広いラインナップと使いやすさの追求、この辺をしているところでございます。

サービスについても、単なるキャリアとして土管屋になることなく、動画、音楽、書籍などのコンテンツやネットショッピングだとか、そういうお客様が簡単・お得に使えるような、弊社ではdマーケットと申しておりますけれども、そういうものの提供だとか、今年になりましては、特に「+d」というドコモが持っているいろんなビジネスアセットをいろいろなパートナーの方々と一緒に展開していきましようという、そういう運動論を標榜して、社会価値の協創、パートナーの皆様と一緒に作り上げるという、そういう取り組みをしてまいっております。こういうことをこれまでも取り組んでおりますので、当然、お客様からいただく料金、当然通信料金のほかにもそういうコンテンツの利用代金だとか、そういうネットショッピングでお支払いいただく代金だとか、そういうふうなものも含まれているということで、当然いただく額、請求額は多くなっているのかなというふうに感じております。

あと4つ目、料金・チャネルです。後ほど説明しますが、やはり我々はいろいろなお客様のニーズもしくはライフステージに応えるべく、長くお使いの方だとか、若い方とか、いろいろな料金プランを出してきているつもりでございます。そのほかにもドコモショップ、お客様の接点であるそういうところからの声をしっかり聞きながら対応しているというふうに取り組んでおります。

次のページをおめくりください。3ページです。そういうお客様の声を聞きながら、昨年の6月に新しく我々は「カケホーダイ&パケあえる」という名称で新料金プランを出させていただきます。既に2,400万を超えるお客様にご契約していただいております、好

評を得ているのかなというふうに考えております。資料左側を見ていただくと、お客様の声、長く使っている人にもっと割引してとか、若い人にもっと優しい料金、料金を気にせずいっぱい使いたい、それと特に家族、ファミリーで使ったとき何かしらお得にならないのかと、そういうご要望に応えるべく昨年6月に出したものでございます。ここで書いてあるずっとドコモ割は長く使っている人にお得。U25応援割、この辺も若い世代の方にしっかり何らかのメリットを享受していただきたいと。特にカケホーダイは、料金の絶対値についてはいろいろご議論あるかと思えますけれども、非常に通話料を気にせずかけられるという意味で、この新料金の中での目玉として取り組んでいるものでございます。それとパケあえる、これもご家族の中に使う人、使わない人、いっぱいいらっしゃるということで、家族である一定のボリュームをうまくシェアすると非常にお得なのではないかということで考えたものでございます。

4ページ、おめくりください。前のページで申し上げました新料金プランのご家族で使うと非常にお得だということを絵にしたものでございます。ここで左側に書いてある旧料金、お客様個々がそれぞれの料金プランに契約していただくと、どうしても余ったり足りなくなったりということが起きるのかなと。この右側を見ていただきますと、例えばお父さんが契約したシェアパックを家族の皆さんがそれぞれ好きなボリュームだけお使いになる、使わない人は使わない、使う人は使うということで、パケットをシェア、分け合えるということで非常に効率的な利用ができるのかなということで導入したものでございます。

おめくりください、5ページ。今、新料金プランという料金プランをご説明しましたが、このほかにもこれまでにいろいろな家族への取り組みだとか、若者だとか、長期にお使いいただいている方々に料金プランと異なるような、お得になるようなそれぞれのターゲットをした割引プランを準備しているところでございます。そういうことで、当然100%のお客さんにしっかり満足していただくというのはなかなか難しい中ですが、弊社もいろいろやってきているのだということをご理解ください。

次、6ページに参ります。ここからいろいろご質問いただいていることへの回答をさせていただきます。1個目が利用者のニーズや利用実態を踏まえた料金体系ということですので、ページをおめくりください、7ページです。ここは弊社がお客様の声をどういう仕組みで情報収集して反映しているかということをご簡単にポンチ絵で書かせていただきました。2,400のドコモショップを中心にいろいろなチャンネルで年間大体600万件のお客様の声を収集させていただいています。このほかにもネットの声だとか、マスコミによる報道

だとか、この辺から発信される情報を、ドコモの中にそういうCSを担当する組織がございまして、そこが一手に収集して、いろいろな課題に関してそれを担当する組織にしっかり指示をしながら改善の管理をしている、これを大きなサイクルでPDCAを今回しているという状況でございます。お客様の声の中には当然いろいろなご要望、ご意見のほかに、賞賛の言葉だとか感謝の言葉もありまして、ショップで働いている店員としては非常に励みになっているということも事実でございます。

こういう背景を受けまして、8ページ目、今回いろいろご意見を既にいただいています。こういう方向で弊社は取り組んでいきたいなということでまとめたものでございます。昨年発表した新料金プランもいろいろご意見をその後伺っておりまして、容量の大きいLパックをつくったり、今年から始めた光セット割でよりお得にお使いいただけるようなもの、それと電話のご利用方法に応じて若干安く使えるようなカケホーダイライト、パケットくりこしだとか、いろいろ改善をしてきております。お客様の声も十分一視しながら、おそらく今後こういう方向をしっかりと踏まえて検討していくんだらうなということで3つ挙げさせていただきました。1つは、長期にご契約されているお客様の満足度が向上するようなさらなるメニューの検討、2つ目は比較的利用の少ないお客様が選びやすいメニューのさらなる検討、あと当然若い方、非常に日本の先進技術をうまく使っていくという若い方をしっかり応援していかないといけないだらうなという、3点取り組んでまいりたいと考えております。

ページをめくっていただきまして9ページ、ご質問の2個目、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ご説明させていただきます。

10ページ目をご覧ください。この話題に入る前に、ちょっと競争環境の変化ということで1枚説明させていただきます。俗に言うフィーチャーフォン時代、各社が独自の端末を開発しまして、それを競争差別化の要因で頑張ってきた時代です。弊社もiモード端末と呼ばれる、現在もリリースしておりますけれども、そういうものを持ってやってきました。それが端末のいろいろな開発環境の進化から、グローバル的にトレンドが急にスマートフォンにシフトしてきたわけです。グーグル社のOSを使ったAndroid機、またはアップル社のiOSというオペレーションシステムを使ってつくられているiPhone、この辺が大半を占めるようになってまいりました。これらの趨勢というものは、モバイルキャリアとしますと、端末自身での差別化が非常に困難になってきています。また、人気の機種が複数のキャリアから一緒に売られているということで、どうしても顧客獲得

の流れが端末の価格の値引きという方向に行ってしまったのかなということで、この辺も少し反省しているわけですが、そういう背景があつての現状だということだと思います。

そういう現状に関して、ページをおめぐりいただきまして11ページ、やはり市場が成熟する中で、我々も競争でお客様を獲得するという中で、やはり行き過ぎた割引だとか、わかりにくい販売、その辺が表面化してきているんだろうなど。実際、お客さんから見てそういうふうに見えるんだろうなど。この辺は、必ずしも健全ではない販売事例が増加していると認識しております。資料左側にお示しましたように、行き過ぎた事例、いろいろございます。ゼロ円以下の販売だとか、MNPのお客様に限定した過度な割引、過度なキャッシュバック。当然わかりにくいという意味では、割引条件が多岐にわたったり、オプションサービスの契約とその割引条件が一緒になっているだとか、この辺、非常に我々も認識をしているところでございます。これから少しこの辺をしっかりと見直す必要があるということで、大きくここで4点挙げさせていただいています。販売戦略、販売方法をしっかりと見直すこと。販売価格のわかりにくさの改善。それとお客様ニーズに沿ったオプションサービスの提供。それとやはりお客様に対して一番の接点である代理店監督・指導の強化、この辺をしっかりとやっていこうかなと、やっていけなくちゃいけないというふうに考えている次第でございます。

3つ目のテーマです。MVNOの普及についてということで、13ページをご覧ください。ドコモは2008年度からかなりMVNO市場の活性化という意味では率先して取り組んでまいっております。MVNOの事業者の方々からの要望にも真摯に対応していることに加え、接続料の低減、これは第1回のタスクフォースでもご紹介があったと思いますが、非常に頑張ってやってきております。その結果、事業者の数や契約数もかなり伸びてきているのかなと思っております。資料左側のこれまでの取り組み、接続料や機能改善、この辺をしっかりとやってきております。今もいろいろなご要望をいただいているので、この辺のご要望にもしっかりと応えていくべく、現在、しっかりと協議を進めているものでございます。

最後になりますが、モバイル、日本のICTを牽引する非常に重要な役割を持っておりまして、ネットワークの高速化や端末の高機能化は必須であるのかなと思う一方、やはりこういう競争の中で行き過ぎた部分、わかりにくい部分、不公平感を醸成する部分が出てきていることも事実だと思っております。この辺を真摯に受けとめて、今日これからとい

うことをご提案させていただいていますけれども、しっかり取り組んでまいりたいと考えております。ぜひご理解のほど、よろしくお願いしたいと思います。

説明は以上でございます。

【新美主査】 阿佐美様、どうもありがとうございました。

それでは続きまして、KDDI株式会社藤田様よりご説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

【KDDI（藤田）】 KDDIの藤田でございます。本日はこういう場を設けていただきまして、ほんとうにありがとうございます。座ってご説明させていただきます。

資料が大部になっておりますので、簡潔にご説明したいと思います。まずめくっていただいて、目次はございませんが、ドコモさんと同様、1、2、3の順番で項番が振ってございます。まず、利用者のニーズを踏まえた料金体系について。文字が羅列しておりますが、これが我々の考え方、意見でございます。ちょっと読ませていただきます。当社は、お客様のニーズに合致しないサービスはお客様に受け入れられないという認識に立ちまして、お客様のニーズや利用動向を踏まえて、競争環境というものも考慮しながら、お客様に選んでいただけるよう創意工夫した多様な料金プランを提供してまいりました。今後も経営の最重要課題と位置づけて努力するつもりでおります。というのが前置き、考え方でございます。まず2ページ、ちょっと絵が描いてございますが、今、携帯電話、スマートフォンというのは世帯でいいますと、もう1人1台以上になっております。お子様からお年寄りまで一人一人のパーソナルゲートウェイと書いてございますが、今まで携帯は、特にガラケーのときには人と人とのコミュニケーションというのが中心でございましたが、もうご承知のとおり、例えばモバイルスイカですとかいろいろなもろもろの認証サービス等がございます。使い方がかなり変わってきて、1人1台、大臣からもご説明ありましたが、そういう環境になりつつあるということでございます。

もう1枚めくっていただきまして、それでは世帯当たりの移動体の通信料はどうなっているかということでございますが、総務省さんの家計調査を見ますと、2004年と2014年を比較しますと、およそ4,062円、月々世帯当たりでご負担が増えているという状況でございます。その下に携帯電話の契約数等が書いてございますが、1世帯当たりの契約数は2004年の1.6回線に比べて2014年は2.6回線ということで、約1回線分増えているというのがこの主な要因ではないかというふうに考えております。

次のページでございます。我々は「家族一人ひとりにスマートバリュー」というのを提

供しているのですが、世帯の考え方を入れまして、2012年からモバイルと固定通信のセットで家庭のご負担を解消しているというようなことをごさいます。このサービスにつきましては、地域系のF T T Hの事業者さん、それからC A T Vさんなんかと連携してご提供しているという状況をごさいます。

次をめくっていただきまして5ページになります。伸び続けるデータ通信利用ということで、これは総務省さんの第1回のタスクフォースの資料にもございましたが、弊社のL T Eユーザーの平均利用量は3.7ギガということで、この1年3カ月で1ギガ程度増えているということがファクトとして書いてございます。

その次でございますが、選べる料金プランということで6ページでございます。弊社はいわゆる7ギガ制限というような言葉がございますが、旧プランと、今のカケホとデジラという言葉を使っているんですが、データ量を選択して、それで音声はかけ放題の新プランと、両方を並行してご提供しております。

次でございます。これが先ほど石田様からのご説明にもございましたが、9月にスーパーカケホと言いまして、今まで2,700円の料金からそれを1,700円、1,000円割り引いたということをごさいます。3ギガから13ギガまで使えるわけなんですけど、実質今までの2,700円に比べまして3ギガであっても300円ほどお安くなっているという、状況でございます。

それから8ページでございます。これは余ったデータ容量は無駄なく利用ということで、先ほどドコモさんが、データを家族でシェアするというのがありましたが、弊社はデータをお父様から例えば娘様、お子様、お母様にギフトで贈るという、これが1つ無駄なくご利用できる方法ということで、こんな方法を使ってサービス立てをしております。

次のページでございます。9ページになります。これは長くa uをご利用いただいているお客様への施策でございますが、a uを5年以上ご利用いただいているお客様につきましては、5年1カ月目から3カ月ごとにデータ容量、それはお客様の契約プランにもよるんですが、0.5ギガから2ギガまで差し上げるというような施策をとっております。

それから10ページでございます。これはW i - F iの話が書いてございまして、ご自宅のほかにも公衆W i - F iなんかでいろいろな施策を展開してございまして、W i - F iにオフロードすることによってお客様の課金されるデータ量を圧縮しているというような取り組みもかなり前からやっております。

ちょっと前置きが長くなりましたが、次に11ページ。では、多様化する、要するに利

用形態がかなり幅広く変わってきているわけですが、ライトユーザーの話がございました。ライトユーザーはシニアとジュニア層に多く見られるということで、これはまだあまり使っていなかった資料でございますが、年齢別にどのくらいの平均通信利用量があるかということや年代別にプロットしたものでございます。例えば0～6歳までで2.幾つというのがありますが、これは非常にサンプル数が少ないものですから、ちょっとこれはどうかと思うんですが、私どものご契約の中から数字を拾うとこんな数字になっております。要するにジュニア層とシニア層というものが非常に特徴的じゃないかという資料でございます。

次の12ページに行きますと、ライトユーザーというのは主にメールのみでシニア層、ジュニア層に多い傾向。それからミドル・ヘビーユーザーは学生さん、それから中壮、30歳、40歳までの方々、この方々は明らかにインターネット、アプリを楽しむ、動画を楽しむというようなかなり多面的なお使いをしているということでございます。

それで、次のページでございますが、そういう層に対してどういうことをやっているかというのが、シニア層にはBASIOとシニアプランと書いてございますが、こういう端末をご提供しております、シニアプランというのはデータ容量が0.7ギガ、それで3,346円、55歳以上というようなメニューをつくっております。先ほどもちょっとお話がございましたが、やはりデジタルディバイドといいますか、リテラシーを上げるということも並行して必要なものですから、次の14ページには、auスマートサポートというようなものでお客様に24時間体制でサポートをしております。

またさらに、15ページはちょっと漫画が描いてありますが、auおせっかい部といたしまして、社員が直接高齢者のいろいろな集まりに出向いてサポートをしているというようなこともやっております。

それから、ちょっと駆け足になりますが、16ページは今度はジュニア層にはどういうことをやっているかというのがmiraiとジュニアプランということで、ここはデータ容量が0.5ギガ、それで2,986円というのを小学生以下、12歳以下にご提供しているプランでございます。17ページをめくっていただきますと、あわせて独自機能ということで、やはり青少年保護が叫ばれている昨今の中では、不適切な言葉を使ったらアラートが出るですとか、ここには書いてございませんが、何か不審な方がいてブザーを押すと周りの写真を撮って保護者の方々に写真を送るとか、そんなようなちょっと細かいこともやっております。これらは全て端末は日本メーカーのものでございます。

18ページは、ちょっと我々の気持ちを書いたもので、提供したいのは「あたらしい自

由」ということで、お客様視点と革新を重視してこれからもやっていきたいということでございます。

次に19ページでございます。これは端末価格を安価にするビジネスモデルについてということで、分離プランの話とかその辺に係ることをうたっております。最新の端末を安価に入手しやすくなるビジネスモデルは、幅広いお客様にスマートフォン・タブレットを普及させるという側面がありました。その結果、モバイルインターネットのビジネスが日本ではかなり先行しているというのはご承知のとおりでございます。ただ、そういう市場の活性化とお客様全体の便益、これは具体的には、先ほどからご指摘があるような不公平感だとか、わかりにくさ、それから不透明さみたいなものがあるということは十分承知しておりますので、そういうバランスに配慮して、行き過ぎた施策があれば当然のことながら見直していきたいというふうに思っております。

20ページは、ちょっと視点を変えまして、モバイル技術は確実に進化するというところで、これは総務省さんの第1回目のタスクフォースの資料にもあったと思いますが、やはり2000年から2020年まで見ますと、ここで既にもう3世代ぐらい携帯のあれは変わっておりまして、それに伴いましてスループットも非常に上がっております。こういう技術の革新とあわせて、例えばサービスも定額プランというのは、このE V-D O R e v. Aとか、この辺で出てくるわけですが、いわゆる技術革新、それからサービス、それから料金・端末というセットでかなりモバイルは発展してきたのではないかとこのように思っております。

次に21ページでございます。ここは実人口カバー率が書いてございますが、99%ということで、これはL T Eのネットワークでございますが、最速で整備ということで、サービス開始から1年半でこういうカバー率を実現したということでございます。

その次は22ページ、I o Tの時代へというのは、総務省さんでも協議会を立ち上げたというのは承知しておりますが、これからどんどん伸びるという話が22ページ、23ページに書いてございます。やはりデバイス、それからさらなるネットワークの高度化・投資が必要だというふうに承知しております。

それから24ページでございますが、世帯に普及するスマートフォンとタブレットということで、右下の図のところに書いてございますように、もう既にタブレットは26%の世帯での普及率、スマートフォンに至っては64%ということでございます。こういうものがモバイルインターネットを支えているのではないかと。

それで、駆け足で申し訳ございません、25ページには、数年前と昨年までのスマートフォン・タブレットの各世代ごとの利用率が書いてございます。当然のことながら、確実に各世代に伸びているということでございます。

また26ページには、上位レイヤーのApp-Economyという言葉を使っておりますが、シンクタンクさんが出した資料によりますと、この上位レイヤーの日本におけるサービスの市場規模は、当然のことながら拡大し、雇用創出にも役立っているというような流れでございます。

27ページが簡単なまとめになるんですが、未来の技術を暮らしの中へということで、やはりご利用いただきやすい料金、それから進化するデバイス、ネットワーク、それから使い方のサポートをしつつ革新的なサービスと、この5つをうまく組み合わせることによってお客様の便益が高まり、また安価なサービスも提供できるのではないかというふうに思っております。

最後が3番目、MVNOの普及促進でございます。弊社は、いわゆる格安スマホというような言葉が出るかなり前から多様なMVNOさんにネットワークを提供してまいりまして、モバイル市場の拡大に寄与したと。今後も連携して利用者の利便向上、モバイルビジネスの発展に貢献していくということで、29ページをめくっていただきまして、やはりフィーチャーフォン時代とスマホ時代というのは、明らかにそのプレーヤー、ビジネスモデルも違ってきております。さまざまなサービス、お客様の選択肢も拡大していくということでございます。

30ページには接続料の低廉化ということで、もう既に総務省さんの資料の中にもありましたものを掲載したまででございます。かなり安くなっております。

それから31ページ、これも総務省さんの資料にもございましたが、MNPの即時開通の話が載っておりましたので、WEB、店頭ともに即時切りかえは弊社では可能としております。

それで32ページになります。MVNO促進に向けた取り組みの事例ということで、今、弊社は有力企業27社にご利用いただいているんですが、右下のいわゆる格安スマホのサービスというものをグループ会社でやっておりますし、料金だけではない、いわゆる付加価値、例えば物流ですとか自動車の分野で、それぞれつかさつかさで、その業種に合ったMVNOさんに回線を提供しております。それから左下のセキュリティ、位置追跡サービスなんというのもやっておるという状況でございます。こういうものが競争しつつ連携し

ながらやっていくという付加価値型のMVNOもあるということでご理解いただければと思います。

駆け足になりましたが、以上で弊社の説明を終わらせていただきます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、ソフトバンク株式会社、徳永様からご説明をお願いします。

【ソフトバンク（徳永）】 ソフトバンクの徳永と申します。本日は説明の機会をいただきましてありがとうございます。それでは、着席して説明をいたします。

まずお手元の資料の1ページをご覧くださいなのですが、これは私どもが2008年の7月にiPhoneを初めて発売してから昨年までの主な料金プランの状況でございますが、真ん中のところに書いてございますが、iPhone 3Gというのを発売しました。ただ、実は最初の半年ぐらいは想定どおりになかなか売れませんでした、その上に書いてございますが、2009年の2月にiPhone for everybodyキャンペーンということで、端末価格を実質ゼロ円等にいたしまして、ここからスマートフォンの爆発的な販売ができたというふうに認識をしております。それから昨年には、ワイモバイルブランドで1ギガバイトの料金2,980円というものも出しております。

次の2ページをご覧くださいなのですが、これが私どものスマートフォンの今現在の主な料金プランでございますが、私どもはソフトバンクブランドとワイモバイルブランドと2つブランドを持っておりまして、それぞれお客様のニーズに合うように提供してございます。ソフトバンクブランドのほうは、どちらかといいますとiPhoneを中心とした高い端末、高機能端末をベースにしておりまして、音声は従量制からあるいは完全定額まで選べると。それから準定額、定額のほうはパケットのボリュームを選べるようになってございます。ちなみに、音声のところは従量制の料金と定額制の料金、両方やってございますが、現時点ではちょうど半々ぐら이의割合でお客様に新規の契約をしております。

それからワイモバイルブランドのほう、下でございますが、こちらのほうは1ギガバイト2,980円というところからのサービスをしてございます。

次の3ページをご覧くださいなのですが、なかなかこのワイモバイルブランドというのが、新聞等でなかなか出ておりませんので、まだ知名度が低いのかもかもしれませんが、左側のグラフでございますが、Android端末の新規契約数も伸びてございまして、約半分以上がこのワイモバイルブランドで、私どもとしてはAndroidの新規端末を売っているような状況でございます。

次の4ページでございますが、私どもの携帯料金、スマートフォン料金に対する考え方を少し書いてございますが、ご案内のとおり、もともと音声・メールで始まったものが、ウェブあるいはアプリになりまして、ちょうど昨年あるいは今年から動画コンテンツのほうにお客様のニーズが移ってきている。まさに昨年、今年はスマホにおける動画元年、私どもはNetflix様と提携してやっておりますが、どんどんデータ量が拡大しているような状況でございます。

下のほうのグラフを見ていただくと、2年ほど前は1人当たり2ギガバイトの使用のボリュームであったものが、現時点では平均4ギガバイトになってございます。右側のほうのグラフでございますが、これは実際に1人当たりのお客様が使われたギガバイト当たり料金という、実際に使われた1ギガバイト当たりの料金を示してございますが、直近この4年で1ギガバイト当たりの単価としては5分の1になっているような状況でございます。今回のタスクフォースはどちらかといえばライトユーザー様向けの料金の議論が中心かもしれませんが、私どもとしては、こういったコンテンツを中心としたどんどん使っていただく方にも使いやすいようなメニューを検討していきたいというふうに考えてございます。

続きまして5ページをお願いいたします。この後数ページ、私どもがどういう考え方で料金プランあるいはキャンペーンをやってきたかというのを少し書いてございますが、この棒グラフは、私どもだけじゃなくて日本全体のスマートフォンの伸びでございます。おむね頭の3年間を導入期というふうに捉えて、その後を普及期というふうに捉えていますが、導入期は、先ほど申し上げましたとおりスマートフォンの認知がまだ広がる段階でございましたので、端末を少し安くして普及を拡大した。それからちょうど真ん中のところでございますが、どんどん2年の契約が切れる端末が増えてきましたので、その端末を下取りということで買い取って次の新しい端末にするような、そういうキャンペーンもやってきた次第でございます。

次の6ページでございますが、スマートフォンにももちろん安い端末から高い端末までいろいろあると思いますが、平均的に言うと、やはりフィーチャーフォンに比べれば端末コストが高いということで、冒頭説明いたしました、少しでもお客様のご負担を平準化することを考えて、割賦のシステムも使いまして、それに通信料金、私どものサービス名でいうと毎月の割引で月月割というのがあるんですが、それとあわせることでお客様のご負担を平準化してご利用いただくというような工夫をしてきた次第でございます。

その次の7ページでございますが、特に人気の高いiPhoneが2年ごとに大きくバ

ーションアップといいますかアップグレードしてきたという事実もありまして、どんどん端末がよくなって高機能になっていく、そういうことで、お客様にいい機能を使っていたとということで、2年ごとの更新キャンペーンもしてきたというような経緯がございます。また一方で、下のほうの絵にも書いてございますが、ちょうどネットワークが3Gから4Gといいますか、LTEに切りかわる時期でございましたので、ネットワークがどんどん高機能化しても、端末のほうが高機能対応になっていないとネットワークの機能がなかなか使いつらいということもありましたので、私どもとしては、例えばこのLTE、それからiPhone 6あるいは6Sのところで書いていますデータ通信に適当なTD-LTEあるいはキャリア・アグリゲーションとか、それから音声がよりクリアなVoLTEというような機能を使っていたきたいということもあって、2年ごとの更新のプログラムといいますか、キャンペーンをやってきた次第でございます。

次の8ページでございますが、一方で、先ほど来ありましたとおり、通信料金がわかりにくい、あるいは高いというご指摘をいただいておりますので、それについて少し説明を差し上げたいと思います。私どもの料金プランでポピュラーなのが、音声定額でデータが5ギガバイト、これが税別で8,000円でございます。ここから毎月の通信割引が2,625円あって、仮にブロードバンドとのセット割をやる場合にはさらに1,851円引かれまして、通信代金が3,524円と。この料金のレベル感自体はそれほど国際的に見ても高くない料金じゃないかというふうに考えております。一方で、端末の代金がこれとは別に3,611円かかりまして、税抜きでこのケースの場合は7,135円ということになってございます。ただ、こうした中で、お客様としては端末の代金が日本の通信業界の中でこの20年来、端末イコールほとんどただ、もしくは非常に安い値段で手に入るという認識も間々ありまして、私どもを含めて実質幾らというようなことで端末代金を訴求するような説明になっているのは事実でございますので、このあたり、改善すべきということになればいろいろ工夫してまいりたいというふうに考えております。

続きまして9ページでございますが、今ご指摘いただいているのが2点あるというふうに認識してございまして、まず左側の絵のほうでございますが、ローエンドの端末とハイエンドの端末を比べたときに、ハイエンドの端末のほうが毎月の割引が大きいと。結果としてローエンド端末とハイエンド端末の支払額にあまり差がないじゃないかと。ハイエンド端末を優遇しているのじゃないかというようなご指摘があると思います。一方で、iPhoneを中心としてハイエンド端末が非常に人気がありまして、もしここを平準化する

ことになった場合に、ハイエンド端末が好きなお客様に対しては逆に後退することになりますので、そのあたりをどういうふうに工夫するかということが一つの議論じゃないかと思えます。

それから右側のほうでございますが、MNPもしくは新規のお客様に対して、MNPの優遇料金プランあるいはキャッシュバックをすることによって、MNPを使われる方と使われない方の不公平感が出ているんじゃないかというご指摘だと思います。これにつきましては、1年半ぐらい前の検討会でもありましたとおり、やはり行き過ぎたキャッシュバック等は不公平感を生みますので、私どもとしても是正すべきだというふうには考えてございます。ただ一方で、MNPを使われるお客様というのがスマートフォンのお客様の中でやはり5%前後いらっしゃいます。それからMNPを使われないんだけど、もともとのキャリアをキャンセルして新しいキャリアに行かれる方もそれと同じぐらいおまして、両方でおそらく10%ぐらいのお客様が流動しているわけですが、このお客様を仮にとらなくなってしまった場合には、当然、どんどんお客様を失っていきますから、結果としてお客様が少なくなって、ネットワーク全体のコストを賄うユーザー数が減ることでコスト競争力がなくなってしまうということもございます。そういったことを考えながら、これは1社ではなかなかできないことでございますので、本タスクフォース等でご検討いただいて、韓国のように金額を固定してしまっただけで、これ以上は出すべきじゃないという議論は、ちょっと競争の観点からいかなものかと思えますけれども、幅広いご議論をいただいて、方向性を出していくのも一案かなというふうに考えてございます。

10ページでございますが、弊社のMVNOに対する取り組みの概要でございます。まず私どもとしては、卸メニュー型のものと同様のメニューと2種類を用意いたしまして、B to B to Cのコンシューマー向け、あるいはB to Bのビジネス向けに対して、低容量から高速まで幅広くメニューとしてそろえてございます。

最後のページでございますが、接続型のMVNOのスタイルにつきましては、ネットワークとネットワークをつなぐことが必要でございますので、設備投資のご負担もありますし、その接続の場合に専門の技術者等の知識も必要でございますから、なかなか難しい会社様もおありになるということで、今年になってSBパートナーズというものを設立いたしまして、あまり技術力がない方、あるいは設備投資を最少でしたいという方に対して、下の絵に描いてございますようなネットワーク的なサポートあるいはユーザー課金、請求等のサポートをすることで、こういったサポート支援をしていきたいというふうに考えて

ございます。

以上でございます。

【新美主査】 徳永様、どうもありがとうございました。

それでは、ただいま携帯電話事業者3社様からご説明いただきましたが、ご質問、ご意見ございましたら、どうぞご発言を。

平野さんどうぞ。

【平野主査代理】 プレゼンテーション、コモンキャリアの皆様ありがとうございました。2つ質問があるのですが、まず1つ目がソフトバンク様に質問させていただきたいと思います。今のスライドの8ページ、9ページ、非常に具体的な問題意識を持っていただいて、これからの我々の議論にも非常に参考になるのかなというふうにありがたく思っております。つきましては4ページのほうをご覧ください、4ページ下のトラヒック変化、この辺は非常に今後、料金不公平感を議論するとき、どのくらい、何GBが平均なのかというのは非常に重要な判断材料になってくるわけですが、これはイメージと書いてあるのですが、これはどのくらい正確なのかというのが質問でございます。

2点目の質問に行きたいと思います。2点目はKDDI様に質問でございます。KDDI様の資料の19ページ目をご覧くださいと思います。KDDI様は、この資料の例えば22、23ページのIOTの話とか、32ページの位置情報を使って色々なことを昔からやっていらっしゃるということで、まさに未来を見据えた非常にいい話をされていたのですが、19ページのところが、ちょっと細かい話で3番目のブレット・ポイントの最後の行が、行き過ぎた施策があればという仮定法がちょっと気になりまして、他のキャリアさんは、先ほどソフトバンク様は具体的な問題意識を持って解決策の提案をされている。例えばドコモさんも同じように、ドコモさんの資料であれば例えば8ページとか11ページとか13ページで、これまでということとこれからという具体的なお話を、改善をしたいという意識を示されている。ところが、きついです、KDDIさんの19ページを見ると、ちょっと腰が引けているのかなと思っているので、その辺のご意見は補足をいただきたいなど。

以上、2点でございます。

【新美主査】 それでは質問のなされた順序で、まずソフトバンクさんからお答えいただいて、その後、KDDIさんをお願いします。

【ソフトバンク（徳永）】 4ページの左下のグラフ、絵はあくまでイメージでございま

すので、その旨ご理解いただきたいと思います。ただ、おそらくご質問の趣旨は分布の話だと思いますが、1ギガバイト以下のお客様、具体的な数字はちょっとオープンの場合なのではないかもしれませんが、1ギガバイト以下の利用者がどんどん減って右側にどんどん寄っているのは事実でございます、かなりのペースで1ギガバイト以下の方が減っている状況ではございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それではKDDIさん、よろしく申し上げます。

【KDDI（藤田）】 ご質問ありがとうございます。19ページの表現がちょっと至らないところがあるのかもしれませんが、考え方は全く同じでございます。やはり不公平感というようなものと、それから透明性の話で、お客様にご不便をかけているというような話は、もちろんこの親会でもいつも議論になっている話でございますので、承知しておりますし、我々も真摯にそれは対応していくという考え方は他社さんと変わらないと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかにご発言は。

長田さん、お願いします。

【長田構成員】 今の平野先生からのご質問にあった、どの程度が平均値なのかというのが、ソフトバンクさんが4GBぐらいでイメージ、KDDIさんが3.7GBぐらいということで書いていただいているのですが、1回目に総務省から出ている資料を見せていただいた限りでは、1GB未満の利用者が多くを占める、口頭ではそういうお話がありました。大分温度差が違う。じゃあもうほとんどのライトユーザーはドコモさんに集中しているのかというと、多分そんなことはないと思います。それで思いついたのですが、実効速度のところの箱ひげ図、あれをぜひ作っていただいて、見せていただきたいなと思います。本当にライトユーザーがどのくらいの割合を占めているのかは、この平均の数字ではとても実態がつかめない。大量に使っていらっしゃるユーザーがいらっしゃるから、全体の平均値を押し上げているのだと思いますが、この平均のところでの議論では、このタスクフォースは全然こんなことでは議論が進まないと思いますので、そこはぜひ出させていただきたいと思います。

【新美主査】 これはご要望ということでよろしいですか。

【長田構成員】 はい。

【新美主査】 ほかにご発言は。

森さん、お願いします。

【森構成員】 先ほど申し上げたユーザー間の公平ということも関係するのですが、色々丁寧なご説明をいただきまして、販売奨励金について行き過ぎた部分もあるというご認識をお持ちいただいているということなのですが、さりとて、浮動ユーザーに対して何もしなければ設備についてのコストが問題となるというお話も全くそのとおりだと思います。そのユーザーから見た場合に、やはり一方で販売奨励金みたいなものがあって、乗り換えたら得だからばんばん乗り換えようという話になりますけれども、他方で、長いこと持っていてもいいことないわというところも裏腹にといいますか、1つの原因になっていると思いますので、長期ユーザーについての優遇措置みたいなことを若干ご説明いただきましたけれども、ドコモさんの資料、資料3だと8ページ目、KDDIさんの資料ですと9ページ目、長期優待データギフト。ソフトバンクさんのところではちょっと伺わなかったのですが、これはKDDIさんの資料で内容をお書きいただいたのですが、ドコモさんにお聞きしたいのは、この優待メニューの具体的な中身をもしご説明いただければご説明いただきたいということと、ソフトバンクさんに、もしそういう長期ユーザーの優遇措置があればご説明いただきたいということをお願いしたいと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは質問のあった順序で、まずドコモさん、その後にソフトバンクさん、お願いします。

【NTTドコモ(阿佐美)】 ドコモでございます。長期契約をしている方々、主におそらくフィーチャーフォンを使っておられる方が多いのかなと思います。ただ、フィーチャーフォンそのものの料金は、非常に弊社としては安くご提供しているのではないかなというふうに思っております。タスクフォースでの1回目の資料を見ても、決してフィーチャーフォンはグローバル的に見ても高いところには位置していないという意味では、まずはそういうご理解をしていただければありがたいなと。さらにその上に、当然長くということで、我々は、直接料金というものではないかもしれませんが、当然、ポイントプログラムだとかいろいろところで優遇はこれから強化していく可能性はあるのかなと思っております。決して今のものもいいかということではなく、いろいろなことで長期にお使いの方を多分優遇できるのかなと思って、この辺は知恵を出して取り組んでまいりたいと思っております。

【新美主査】 ありがとうございます。それではソフトバンクさん、よろしく申し上げます。

【ソフトバンク(徳永)】 弊社としても長く当然使っていただきたいので、いろいろ工

夫をしたいというふうに検討はしているんですが、一方で、例えばドコモさんと比較して、私どもは会社が若いので、使っているお客様の期間の平均が短いわけですね、私どものマーケット調査でいうと。そうすると、ドコモさんと同じことをやったのでは私どもは相対的に差別化できないわけですから、そこのところはいろいろ検討しながらやっていきたいということで、どちらかという、単に長くというよりも、買いかえのときにいろいろなポイントを還元するとか、そういった工夫で差別化を図っているような次第でございます。

【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、もう一度どうぞ。

【長田構成員】 度々すみません。KDDIさんのシニア等へのプランを見ていると、0.7GB、これはそのくらいのユーザーが多いという分析の下にその数字が出ているのかということをお教えいただきたいのと、それからドコモさんの、若者がどんどん使っていくのも応援したい。誰が応援するのかということをお教えいただきたいです。

【新美主査】 それではまず藤田さんから、その後、阿佐美さんのほうにお願いします。

【KDDI（藤田）】 ご質問があった0.7GBぐらい、詳細なデータは持ち合わせがないのですが、お子様方が0.5で年配の方が0.7というのは、やはりそういう傾向をあらわしたものだと思っています。やはり1本の料金とか1本のプランということで全ての年代をカバーすることはできないというのがまさに今のマーケットの状況なので、やはりセグメントごとにどういうものをうまく作れるかというところが多分他社さんとの差別化の話にもなりますし、その辺が勝負かなと思っています、こんなものを出しました。まあ大体0.7ぐらいだというふうにご理解いただければと思います。もし詳細が間違っていましたら、また後でご報告させていただきます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは次、お願いします。

【NTTドコモ（阿佐美）】 若者を支援するのは誰だというご質問があったと思います。基本的に、ちょっとこういう答え方がいいのかわかりませんが、基本的にはドコモ全社でバックアップをしっかりとっていくことかなと。で、実際にその新しい我々が昨年出しました新料金のプランですと、お父さんが大きいパックを契約して、それは家族で分け合える。いってみれば、親が子どもさんの負担をしっかりとしながら、高機能の端末もしくは速いネットワークを牽引していくという意味では我々全社としてもやりますし、そういう中で、実際お客さんそのものが親子の間でいってみれば支援しているのかなという考え

方も一部できるのかなと思っております。

【新美主査】 ありがとうございます。北さんお願いします。

【北構成員】 ソフトバンクさんに2つ質問がございます。根っこは同じなのですが、先ほどMNPのユーザーが年間5%ぐらい、おそらく1億分の500万ということだと思うのですが、このうち、真水のMNP、つまり、もともとMNPって何のために作ったかという、電話番号を変えずにキャリアを変えたいと、自分のキャリアよりも相手のキャリアの方がネットワーク品質がいいとか、端末が魅力的だとか、サービスがいいとか、そういう人たちの足かせに電話番号が変わるということがあったから、これを外したわけですが、私が思うに、今、500万人の年間MNPユーザーのうち、どうせ買い換えるならキャリアを変えたほうがキャッシュバックまであるので、変えたほうがお得だという人が私はすごく多いのではないかと思います。これをやめられるのかと、ということなんですけれども、競争があるからやめるのは非常に難しいのではないかなという感触を私は持っております。これについてのコメントをお願いします。

また、端末販売奨励金が明らかに国際的に見ても異常なレベルで多いわけですが、これを減らすということが競争の中でできるんですか、ということですね。先ほども少し難しそうだというようなニュアンスをにじませていらっしゃいましたが、3キャリアさんの自助努力で、競争は続けていかなければならない中で、みなさんにお任せして、自分たちで、談合してでもいいので、こういった競争をやめることができるのですか、ということ質問したいと思います。

【ソフトバンク（徳永）】 大変難しいご質問なので、どう答えようかなかなか難しいんですが、北委員のおっしゃるとおり、3社の今の競争、あるいはお客様がやっぱり高い端末がいいんだという今の強いお気持ちがある中で、3社が自主的に奨励金をもうなくすとか、あるいはMNPのお客様にいろいろなキャンペーンをやめるということはかなり難しいのではないかとはいえます。ただ、私が言うのもなんですが、難しいからといって諦めてしまうと、これはもう終わってしまいますので、やっぱりみんなが知恵を出して、あるべき姿に行くのがマーケット全体としてもいいことになるんじゃないかというふうなのが私どもの考えです。ちょっとお答えになっているかどうかわかりませんが。

【新美主査】 ドコモさんもKDDIさんも何か付け加えることがございましたら、一言ずつでもお願いします。

【NTTドコモ（阿佐美）】 ドコモでございます。昨年3月にかなり我々無理な競争を

した反動といたしますか、それ以降、キャッシュバックはほんとうに控えております。ですから、ほんとうに自助努力でできるかどうか、ここはほんとうにやってみないとわからないとは思いますが、何らか業界としてそういう取り組みは、既に弊社はキャッシュバックをそんなにしていませんので、まあできるのかなという立場を弊社としては認識しております。

【新美主査】 藤田さんお願いします。

【KDDI（藤田）】 KDDIでございます。やはり同様に、寡占の弊害というような言葉をおっしゃられるともうそれ以上言いようがないんですが、やはり昨年のキャッシュバックの結果として何かいいことがあったのかと。ホッパーを生んで、ぐるぐる回って、それで長期のお客様にご迷惑をかけたりにすることがもしあったとしたら、これは健全ではないわけで、そういうものは直していきたいというふうに思っていますし、やはりマーケットそのものが動かなくなってきたときにどういうふうにするのかという議論もあると思うんですね。今まではフィーチャーフォンからスマホ、右肩上がり結構来ている中で、今は少し陰りが見えてきていますよね。お客様の意向、マーケットの状況というのが、例で言えばそういうことなんです、やはり考えていかなきゃならないなというふうに思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。

舟田さんお願いします。

【舟田構成員】 今の話の続きなのですが、端末を買うなり機種変更の場合に、端末についてはキャリアから販売店に端末が売買されて、販売店からユーザーにまた売買されるという売買契約だというふうに理解しています。それに対して、通信サービスの場合は、代理店は、契約の媒介をしているということです。そうしますと、端末を売るときに、今、自粛するとか、あるいはドコモさんの11ページには代理店への監督・指導の強化とありますが、売買である以上、一旦売った端末について、それをどうやって売なのか、割引しちゃいかんとかいうことはいいのかどうかという問題があるわけです。皆さんご承知だと思いますが、販売価格を拘束することは独禁法上違反になります。それから、販売代理店に言わせると、私どもは自主的に判断していますと言っています。そういう意味で、監督・指導の強化ということと、販売店の自主的な活動、あるいは販売店間の競争というのはいわば矛盾することになるので、その点はどうか、これも答えにくいかもしれませんが、ドコモさんあるいはほかの2社で何かあればお願いしたいと思います。

【NTTドコモ (阿佐美)】 ドコモでございます。今先生おっしゃったとおり、多分法律的にはそういう関係にあるのかなと思います。ただ今回、法律も、事業法の改正も相まって、全携協という新しく代理店さんの協会として発足させているという意味では、我々モバイルの通信業界、代理店の協会、やはり業界としてしっかり取り組まなくちゃいけないんだなという認識は、キャリアも代理店も十分これは裏表の関係といたしますか、共存共栄していくためには認識は多分必要なんだろうと思います。そういう意味では、当然法律的に超えたことはできないと思いますが、やはりその辺の認識を新たにして取り組むことが必要なのかなというふうに考えております。

【新美主査】 よろしいですか。

【舟田構成員】 それから、質問があまり出なかったので、MVNOのこと。これは今までドコモさんがずっとMVNOとの交渉を経験したことでしょうから、今日の話にあったように、ライトユーザー向けの料金体系がまだ不十分だという議論があるのですが、それを強化するとなると、まさにMVNO促進という方向と衝突することになるわけです。前回の議論でもMNOとMVNOのすみ分けというような話もありましたが、もしかかMNOネットワーク、3キャリアとMVNOとの競争について今後どうなるか。後でMVNOのお話を伺うわけですけれども、ドコモさんからそれについて伺えればと思います。

【NTTドコモ (阿佐美)】 ドコモでございます。MVNOについての認識ですけれども、当然、MNO自らやるにはうーんというような当然領域もあり、そういう実態は多分MVNOの事業者の方々是非常によくご存じで、かつ理解されております。ですから、キャリア、MNOから提供されるいろいろな回線メニュー、当然コスト、料金も含めてですけれども、そういうものをしっかり見ながら、どこに取り組むことがMVNO事業者としてしっかり事業として成り立つのかというご判断は、多分MVNOの方が一番よくわかっているのかなと。多分、現状はそういう判断に基づいて、MNOが提供できないような、そういう料金体系のところが多分取り組んでいただいているのかなという意味では、結果として、時々すみ分けという言葉が使われますけれども、それはあくまでもそのMVNOの事業者の方々が、そこが市場だというふうな認識ができた上での取り組みだということで、すみ分けというのは多分結果だろうというふうに認識している次第でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。他になければ、MVNOの話も出ましたので、今度はMVNOの事業者さんにご説明いただきたいと思います。よろしいでしょうか。

それでは、MVNO 2社のヒアリングに入りますが、これも2社のご説明が終わってか

らまとめてご質問の時間をとりたいと思います。

まず、株式会社インターネットイニシアティブ、島上様からご説明をお願いします。

【インターネットイニシアティブ(島上)】 ただいまご紹介いただきました株式会社インターネットイニシアティブの島上と申します。本日はこのような機会を設けていただきましてまことにありがとうございます。

インターネットイニシアティブ、I I Jと略していますが、I I Jは1992年に日本で初めての商用のインターネットサービスプロバイダーとして事業を始めまして、主に法人向けにネットワークサービスを提供している会社でございます。本日は、ICTサービス安心・安全研究会の消費者保護ルールの見直し・充実に関するWGの下のタスクフォースということですので、コンシューマー向けのMVNO事業の取り組みと、あとヒアリング項目として挙げられたものについてご説明させていただきたいと思います。済みません、座らせていただきます。

まず1ページ目、1枚めくっていただいて右下の1ページのところですが、SIM型という観点においては2008年から3Gベース、2012年からLTEでMVNOを始めしております。先ほど申し上げましたように、法人向けのMVNOと個人向けのMVNO双方を展開しております、実は法人が先に始めております。法人のほうでいろいろと培った技術力といったところを個人のほうに投入しまして、今、サービスを提供しているところでございます。

販売につきましては、今、直販のI I Jモバイルというのが法人向け、I I Jmioというのがコンシューマー向け。あと、ほかのMVNO事業者さんの裏側に我々がネットワークの提供をしている。ドコモさんとMVNOの間に入って我々のネットワークを使っている、これはMVNE事業になりますけれども、そういう事業も展開しております。

他社に先駆けイノベティブなサービス、このデータのバンドルのシェアというのは、我々が2012年2月に開始したものですけれども、ベライゾンでも2012年6月、ドコモさんも6月に開始したということで、先駆けてやったものでございます。

2ページ目が、まずMVNOのサービスってどんなものかというのを簡単にご説明させていただきますと、弊社のデータ通信専用とSMSあるいは電話と3パターンありますけれども、これは今一番主力となっているスマートフォン向け、音声も含めて使えるプランでございます。シンプルにこだわってつくった3つの料金プランということで、一番下にありますけれども、ミニマム、ライト、ファミリーと。違うのは回線数、ファミリーで使

っていただくシェアプランだけ3枚ということで、あとは1枚と、あとそれにデータのバンドルの違いがあります。音声につきましてはもう完全に従量制で、使った分だけお支払いいただくというプランです。次に、端末とサービスを完全に分離しております。なので、ほんとうにこれは通信だけで、利用者はお好みのスマートフォンをご自分でお買いになる、あるいは我々もオプションでも提供しておりますけれども、そちらで使っていただいても構わないという形にしております。期間拘束は、今1年とさせていただきます。で、ただ、1年経過後はもう自由に解約可能で、自動更新なしと。1年たった後に料金が変わるということも一切ございません。なお、小さい字で書いてありますけれども、短期解約の調定金につきましては、契約期間に応じて順次下がっていくような形式にしております。

また3ページ目で、MVNOは入手するのが難しいとよく言われますけれども、今どのような契約ができるかというのをを出しております。一つはオンライン契約で、これは一般的にウェブから申し込んでいただく。申し込んでいただくと、後からSIMカードが送られてくる。この場合、MNPの場合ですと、以前はこちらで処理をすると、MNPの処理が走ってSIMカードが到着するまで電話が使えないということがあったんですけども、こちら、MNOさんのいろいろな機能開放等もありまして、今はSIMが着いた後、お客様が我々のほうにご連絡いただいて、そこで切りかえるというような処理ができるようになっております。あとは店頭契約、どうしてもやはり店頭で販売員の方から説明をしていただかないとなかなか使いづらいというお客さんも多いので、今、ビックカメラグループ様、全国40店舗、あとはイオン様の全国213店舗にカウンターを用意しております、そちらで契約していただく。そうしますと、SIMカードをその場で発行しまして、MNPもそこで終わるといような処理ができるようになっております。

あと、4ページ目、利用者視点でのサービス提供ということで、どうしてもMVNOというのは知名度がない、認知も低いと。随分認知が上がっているとは言えますけれども、とにかく知ってもらわなきゃいけないということで、一般的な広告、ウェブでの広告あるいは新聞広告等も出しておりますが、それに加えて、やはり最後は、知ったとしても、この人たち大丈夫なんだろうかと、安心して使っていただける、I I JのMVNOなら使えるだろうという安心感の醸成ということで、今、顔の見えるMVNOと書いておりますけれども、四半期に一度、ユーザー様を集めて、我々がどんなことをやっているのか、そもそもMVNOはどういうものか等も含めてご説明するような会をやっておりまして、メディアさんにも取り上げていただいて、我々をしっかりと知っていただく、MVNOでも安

心して使っていただけるような取り組みとしてやっております。その結果として、下にさまざまなアンケート調査等で、民間調査会社の調べでこれだけ満足度ナンバーワンというのも、あくまでもMVNOの中ではありますが、そういう実績が出ております。

MVNOの成長という観点として5ページ目にありますが、これが今我々がやっているMVNOの回線数の伸びとなります。これは今、四半期ごとに2013年9月からしか載せていませんけれども、こういう形で非常に大きく伸びておりまして、今その市場というか我々の売り上げの伸びを支えているのは、どちらかというところとコンシューマー向けのMVNOで今伸ばしております。

次に、6ページ目にMNOとの競争環境はどうかということに対して我々の今の認識ですが、現状、この赤字のところにありますけれども、差別化によるサービス競争が成立している。まあこれはちょっと言い過ぎかもしれませんが、少なくともキャリアさんとは違う選択肢を出しているというふうには考えておりまして、それによって契約が急成長しているというふうには捉えております。今後の競争環境という観点におきましては、実は昨年、我々も参画しておりますテレコムサービス協会MVNO委員会で、MVNOの事業環境の整備に関する政策提言というのを outsizing させていただいています。これは末尾に2枚、骨子のところを添付させていただいていますが、今これに基づいて法の改正も行われ、それについて政令・省令の整備、あとはガイドライン整備等、いろいろな作業が今動いていることと思っています。特に今、今回いろいろな問題提起がされている例えば販売奨励金の話、あるいは通信サービスと端末の分離・選択の自由化、これらについてはこのような形で動いているのかなというふうに思っております。この取り組み、SIMロック解除も最近解除されたばかりですので、その効果というのを見守っているというスタンスでおります。

次の7ページ、MVNOの普及に向けての取り組みといったところですが、今現状は、格安スマホという水平分業のビジネスモデルというのがようやくでき上がったんだろうというふうに思っております。我々のような事業者、あるいは販売店あるいは端末メーカー、それらが水平で分業していくというような形態です。既に量販店でも、1年前、2年前とは違ってSIMフリーのスマートフォンがかなりの数出ておりまして、当初は海外メーカーが多かったですが、日本メーカーさんも一部投入が始まっております。また、多様な異業種の事業者さんもMVNOで何かができるんじゃないかという形で、我々も非常に引き合いを多くいただいております。なので、これからもMVNOとのコラボレーショ

ン深化というのはどんどん進んでいくのではないかというふうに思っております。

今後への課題につきましては、先ほどMNPの話を少ししましたが、MNOさんとは随時いろいろな話をさせていただいております。特に普及という観点ですと、売りやすいですとか入手しやすいというところの業務的な面も含めて、まだまだいろいろな課題が残っております。それらも順次MNOさんと協議をしながら、システム連携であるとかオペレーションの改善であるとか、そういうものには進めていきたいというふうに思っております。

最後の多様化といったところで、まずMVNOというのは何をすべきかといいますと、MVNOの新しいマーケット、新しいサービスというのをつくっていかなくちゃいけないだろうといったところで、先ほど、MNO様のヒアリングの最後のところにもありましたが、我々はMNOがやっていないようなサービスあるいは料金体系、そういうものをいろいろとつくっていかなくちゃいけないというふうに思っております。そういう中で、こちらも政策提言のお話になってしまいますが、何か1つを変えればすぐいろいろなものが動き出すというものではないと思っております。いろいろな複合的な政策あるいはMNO、MVNOの努力が必要だろうと。実際に繰り返しになってしまいますけれども、これが今ちょうど動いているところだというふうに思っております。MNOさんとも民衆の協議をやっておりますし、監督官庁の総務省様のほうでも今いろいろな政令・省令整備をやっていただいているところでございますので、それをしっかりとやっていって、MVNOが発展するというよりは、モバイルのビジネスがきちんと発展していくという土壌をMVNOという立場で我々もしっかりとやっていきたいというふうに思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、日本通信株式会社、福田様からご説明よろしく申し上げます。

【日本通信(福田)】 日本通信の福田と申します。よろしくお願いいたします。当社は、今日事業者さんが居並ぶ中では圧倒的に小さな企業でございますが、私どもは2011年にイオンと格安SIMの第1号、980円でデータ通信定額ができるというものをしております。その格安SIMの先駆けをつくった。そしてまた同時に、同じ年になりますが、1ギガバイトまでのデータ通信量のサービスも2011年に投入しています。その時点で私どものお客様は、SIMフリーのiPhoneのお客様が多かったんです。海外でまだ買ってこられた時代。そのときに私どもの調査を見ると、かなりヘビーユーザーの方々ば

かりのはずなんです、平均をとると2.3ギガバイト使っていたと。しかしながら、1ギガバイト以下のお客様は88%いらっしゃったんです。88%が1ギガバイト使っていない、だけど平均は2.3ギガバイトまでいってしまうというのが当時の状況です。それをもって私どもは、とにかく1ギガバイトのSIMを出していこうということで2011年に投入をし、その後、携帯キャリアの方々はデータ通信は皆さん制限がない、あるいは7ギガをつけた、3ギガになった、今ですと標準プラン2ギガというような形になってきているというようなものです。こういったものというのは、やはりMVNO、私ども、これは第4の選択肢になりたいと思っているんですが、そういう事業者が新しいサービスを生み出すことによって、お客様に携帯事業者とは違う選択肢を提供させていただく、そういう機会をつくらせていただいたということから発しております。こういった背景の中で、私ども、まず今日はこういった機会をいただきましてありがとうございます。もう一つは、その中で特に2007年、当時、菅総務大臣時代ですけれども、私どもが日本通信がドコモにMVNOをやりたいということで申し入れをして、ただ、なかなか合意に至らないということから総務大臣裁定を出していただきました。この総務大臣裁定によってようやく、今MVNOはたしか200社ぐらいになっているかと思いますが、全てのスタートはその2007年の総務大臣裁定です。これはいわゆる総務省の方々が非常に強いリーダーシップを持って抜本的なところに手を入れていただいて、その結果、MVNOという選択肢が出てきたということをもっと先にお話をさせていただきたいと思います。

この後、スライドを使ってご説明させていただきます。座らせていただきます。

まず1ページ目のところになりますが、MNOとの競争環境に対する考え方というところでございますが、2ページになります。これは現状でございますが、1996年に私ども日本通信はMVNOとしてスタートして19年の歴史があると。ようやくMVNOという言葉、あるいは格安SIM、格安スマホという言葉も市民権を得つつあるという状況です。しかしながら、いわゆる料金に影響するというような格安SIM的なものというのはわずか326万人、2.1%にすぎません。したがって、話題になっているわりにはMVNOというのはまだまだ伸びていないという状況です。これは私、非常によくいろいろな方々にご質問を受けます。じゃあそれについて回答は何なのかというと、今日ちょっと小道具を持ってきたんですけれども、これは巨人の星というコミックです。ここに星飛雄馬というのがいます。今日は人形も持ってきました。こういう人形です。この人形はいわゆる少年なんです、この右側と左側の腕のところはいわゆるばねでできたギプスをはめ

られているわけです。今もうとにかく私どもの気持ち、MVNOとしては、なぜ大リーガーである携帯キャリアと競争環境で戦った上で、少年である私どもが何でこんなにギブスをはめられているのかというのが正直な思いでございます。

3ページになります。まず1点目、実質値上げが続く携帯網の賃借料。これは携帯事業者の方からネットワークをお借りしてサービスをするわけですから、この賃借料というのは非常に大きな問題です。これが1点目。そしてまた、2点目として技術的な制約、あれもできない、これもできないというものです。

ちょっと具体的にご説明いたします。4ページになります。上の表は、これはある雑誌社、ここに書いてありますけれども、が、東名阪12から16地点での定点測定をして平均値を出されております。これで見ると、2007年ですと0.66Mbps、660kbpsですね。それから2012年だと3.87、2014年だと27.5Mbpsと。2007年から2014年の7年間で実に41倍の平均値が速度アップしている。これは非常に素晴らしいことなんです。一方で賃借料のほうを見ますと、この2008年ですと1,267万、これが2014年ですと94万5,000円ということで、10分の1以下になっていると。これをもって携帯キャリアの方々は、皆さんいわゆるMVNO向けの賃借料を下げているということをおっしゃるんですが、では私どもが携帯キャリアと同等レベルのサービスを提供するとするならば、どのくらい帯域を買わなければいけないかという、一番下になります。同じような速度を出そうと思ったら、当時1,200万円で済んでいたものが、今現在3,900万円必要になっていると。3.1倍のコストをかけないとMNOの方の通信速度に追いついていかないんです。こういった状況というのを、これはいわゆる接続料なりこういった算定を同じ競争環境になるような形、つまり携帯キャリアの方がどのように原価を見ているのか、その見ている見方と同じものをベースにして算定をしていただきたいというのが1点目でございます。

続きまして5ページになります。5ページはちょっと技術的な図になっておりますが、この詳細をご説明するつもりはございません。この左側の図でいいますと、携帯事業者の中でこのMVNOネットワークという右側の箱があります。そこに赤いバツがあります。この辺については、海外においては、このバツがついている装置についてMVNOが持っているというようなケースが非常に多く見受けられます。そして一番下の独自SIMというものですけれども、これについてもMVNOが独自のSIMを持っていると。このバツが3つついているわけですね。で、このバツが3つということについては、もう長年いろ

いろな場で協議をされてきておりますが、いまだに実現していないというのが今日の状況です。この中で大事なのは左側の出典というところですが、これはフランスの規制当局が2002年、これはタイポではございません、2002年にまとめ上げた資料の中でMVNOを類型化するところという形になるというものです。したがって、ヨーロッパで2002年にこのようなところまで行っておりますので、このバツをつけたところもMVNOが持ってやっている、独自SIMをつくって、独自のHLR等を持ってやっているというようなことが生まれているということです。こういったものをもう長年いろいろな形をお願いをしておりますけれども、いまだに実現をしていない。これをもって私はギブスをはめられているという2つ目の点として考えています。

じゃあ、そのギブスをはめていただくこの部分を外したらどんなことができるかというのが6ページになります。例えば、音声を私ども接続をして料金というものをつくるならば、980円、今、携帯キャリアさんは2,700円で統一されておりますが、980円の音声定額サービスというのが当然できます。それから、グローバルな均一料金、海外に行ってローミングが高いと。私ども海外でも事業展開しておりますけれども、東京でもニューヨークでもロンドンでもパリへ行っても、シンガポールへ行っても同じ月額幾らという定額料金で展開するというようなことも可能になります。それ以外にも挙げたら切りがないこと、特に隣のI I J様なんかで言えば、こういったことが実現したらできるといったら、もうほんとうにずっとリストができるんだろうというふうに考えております。

で、続きまして7ページ、MVNOの普及に向けた取り組み・課題というところですが、8ページ目になります。今現在の阻害要因の一つとして、まず音声定額プランを提供できないと。先ほどデータ通信に関して、いわゆる接続料の部分、賃借料が実質値上げだとお話ししましたけれども、私ども音声、通話サービスについてもお借りをしています。しかしながら、通話料金は従量課金のみ卸していただいている、音声定額、先ほどドコモさんでいえば2,400万人加入だという音声定額2,700円というものがございましたけれども、これを卸していただくということはまだできていないという状況です。これは別に卸の条件が合わないということではなくて、2,700円でも結構なので提供してくださいということに対しても難しいという状態が続いているというようなことです。

ここにいろいろ書いてありますけれども、そういった問題がいろいろあって、ちょっと飛ばしますけれども、9ページ、これも先回から出ておりますが、ユーザーによる不公平

な料金負担、これが全て端末に行ってしまうと。これは不公平の問題そのものもあるんですが、MVNOからすると、MVNO端末は高いということになりますので、これは大変大きな営業上の損失になっているということです。

そういった意味では、この2つのギブスを早く外していただきたいということでございますが、最後のページに飛ばします。ちょっと時間の関係で割愛しますが、13ページになります。今現在、前回の資料で消費支出に占める通信費は5.5%だと。これについては、今決して5.4%にしましょうという議論ではないんだと思うんです。これをどこまできっちり実現するのかということについてぜひとも実現するような目標値、私が提言するならば4.2%になろうかと思いますが、そのくらいの数字まではどうにかしてできるのではないかとこのように考えます。そういった意味で、これは意味がある数字、大きな成果を出すということには抜本的なリーダーシップが必要になります。ぜひこのタスクフォース、また大臣を含め皆様が強力なリーダーシップをとって、この家計支出に占める比率というものについて抜本的なところまで持って行っていただきたいというふうに考えます。

以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまのMVNO2社のご説明につきましてご質問、ご意見を賜りたいと思います。どうぞご自由に。

平野さんお願いします。

【平野主査代理】 すばらしいプレゼンありがとうございました。事情がわかってきました。まずI I Jさんの2ページ目の一番上のブレット・ポイントのみおふおんというのですか、この3つの施策というのはすばらしいと思ひまして、シンプルな料金プラン、これが今の問題、課題を解決できるし、2番目も、端末とサービスを分離してサービスで勝負してほしいと我々も思っているところです。3番目も2年縛りの問題、ロックイン効果がある程度1年に、半分にする、すばらしいと思います。私が聞きたいのは、どうしてこのプランを採用されたのかという理由なのですが、おそらくMNOとの競争のためかもしれませんが、その辺ご意見を伺いたいと思います。それが実は次の日本通信様の9ページ目の真ん中の、端末が高いなという点、お悩みの問題にもつながってくると思いますが、I I Jさんからお答えいただきたいと思います。

【インターネットイニシアティブ(島上)】 どうしてこういうプランにしたかということなんですけれども、一番最初に格安SIMと言われているところに参入されたのは、先

ほどご紹介ありました日本通信様で、その後に出てきたと。当時からやっぱりキャリアのプランというのは非常にわかりにくいというのは、我々が、自分自身がユーザーとして感じていたことでもありましたので、当初はデータ通信のみのプランで参入いたしました。そのときもデータのバンドル、最初は1種類しかなかったんですが、その後に幾つか種類を増やすと。あともう一つ工夫したのはファミリーシェアプラン、どうしても我々自身が使っていると、先ほども端末1人で複数台という話がありましたが、端末を複数台買うと、当時ですと使い放題のプランを2つ契約しなきゃいけない。これはあまりにもばかばかしいだろうと。人間同時に2つの端末をいじることはありませんので、それで一番特徴的に我々が自分たちでこういうものがあつたほうが良いとつくったのがファミリーシェアプランというところでございます。

【新美主査】 ありがとうございます。他にご質問は。

北さん、お願いします。

【北構成員】 2つ質問がございます。まず日本通信さんにお伺いしたいのですが、私の理解が間違っていたら教えてほしいんですけども、4ページ目に、ドコモと同等の品質を維持するために、速度を掛けていますね。技術進化による帯域当たりの容量、多分2007年7月だったらHSPAか何かそのあたり、それから2014年6月だとLTEですよね。その間、帯域当たりの容量というのは3倍ぐらいになっている、まあカタログスペック上そうなっているのですけれども。また容量以外にも色々な要因があると思うのですが、ここで通信速度だけを取り上げた理由を教えてくださいということと、それから、もう1つの質問は、これは両社さんにお伺いしたいのですが、今、SIMオンリーのMVNOは、チキンレースというか、とにかく激安競争に陥っていると思います。それに伴って、先ほど石田先生のプレゼンにもありましたけれども、実効速度が上がらないという状態になってきています。帯域の中にどれだけたくさんユーザーを押し込めるかで損益分岐点は上がっていくわけですから、片や料金競争で、1GB490円とかいうたたき合いになってきている中で、帯域を追加で買わずにお客さんを押し込めている。当然、実効速度が落ちてくる。そうすると、何だ、MVNOってやっぱり安いけどつながらないじゃないかという風評が広がってきてしまいますよね。すると、せっかく今MVNOが立ち上がろうとしていることに逆風、マイナスのイメージが出てくると思うのですけれども、これに対して業界とか、MVNO委員会とか、そちらのほうではどういう対応を考えられているのか。MNOの実効速度に関しては、まさに今、3キャリアさんが自ら全国1,500カ所を走り

回って実効速度を計測されておりますけれども、MVNOが市民権を得るのであれば、今後実効速度についても何らかの形で見ていく必要があるのかなと思います。安心してMVNOを使っていけるような環境を作るのに、どのような対応を考えられているのかということのご意見をいただきたいと思います。

【新美主査】 質問のあった順序で、まず日本通信株式会社の福田さんから2つの点をお答えいただいて、その後、I I Jさんからお願いします。

【日本通信（福田）】 まず、4ページ目のところについてのご質問かと思いますが、まとめますと、いわゆる技術変換、LTEとかへの変換をしているということと、この帯域だけを計算したらできるのかというご質問かと思いますが、まず、技術変換をしているということについて当然投資コストがかかっております。キャリアさん側がですね。その投資コストも全て反映された形で接続料というのは算定されてきているというものです。したがって、ここに対して必要な帯域をMVNOが確保するとするならば、そういったものは全てそこに含まれますので、その数字、具体的には平均して27.5Mbpsを出すために全体のキャパとしてどれだけ必要ですかと、これはキャリアさんのほうがお答えいただけたらと思いますけれども、単純にその部分というのがほぼほぼ、まあ非常に小規模なケースは別でしょうけれども、基本的にある程度の数十万人単位のMVNOのことを考えていくなれば、そういった比率で帯域を確保しない限り、同等のものというのはそもそもできませんよというのがまず1つです。

それから、これはMVNOというのを19年間やってきている当社からしますと、当然なんです、MVNOって何ということはずっと言われ続けました。そのためにいわゆる安心・安全ということをうたうために、私どもは今でも全てのコールセンターは私どもの社員が全て、外注せずにとっておりますし、確実につながる、あるいは端末に関しては代替機を用意すると、さまざまなことをやっております。そういう中で、この帯域の部分というのは、これはMVNOのさまざまな委員会あるいはその協議会、あるいは非公式にもいろいろな議論をしておりますけれども、正直なところ、今このような金額のコストになっている状態を続けるならば、これはもう到底ですけれども、MNOに比べたら劣化するサービスしか提供しようがないというのが今の現状でございます。ですから、この辺のところというのが、MVNOをやっていく上でのこの接続料の問題というのは一番の根幹になりますので、その辺のところを対処をしていただく。一方で、短期的に200社ぐらいのMVNOが生まれてきておりますので、そこに対してやはりいろいろな歯どめをかけな

いといけないというところがありますので、これは自主的なのか、何らかの形でガイドラインをつくるのか、そういうような対応をしっかりとやっていくということをしていく。一方で、その中でお客様からの淘汰をされるということも実際起きてくると思いますので、自然に任せていけばいいと言うつもりはございませんので、何らかのそういう自主的な取り組みというのにも必要だろうというふうに考えております。

【新美主査】 ありがとうございます。

I I Jさんから一言お願いします。

【インターネットイニシアティブ(島上)】 先ほど北様の2つ目の質問で、MVNOの、今、格安SIMと言われているところが非常に競争が激しくなっていて、品質に影響が出ているのではないかというご指摘がありました。確かに我々が始めたころから比べますと、安いMVNO様はたくさん出ておまして、これは他社様のことを申し上げる立場にはないんですけども、第三者の調査等でも速度が低下しているというニュースが出ております。で、MNOとの違いという観点におきましては、一部、MVNOは電波が弱いんじゃないかみたいな、そんな報道もやられるほどまだMVNOに対する理解というのは進んでいないという点もあります。そこで接続帯域の中にどれだけ利用者を詰め込んでいるのかというものが品質に影響するのは、もうご指摘のとおりです。そういう中で、当然競争ですので、他社といかに競争できるぐらいの品質を保ち、価格で出すかということになってしまいうんですけども、一部我々としての取り組みとしましては、先ほど申し上げたとおり、我々は法人向けも提供しておりますので、実際に個人のカーブとは違ったカーブを持つようなニーズというのはいくらでもあります。そういうもので費用をバックアップすることによっていいサービスを提供するというようなことは、即効性があってすぐにぼんと変わる話ではないですけども、そういうことも含めた事業展開ということは心がけております。で、ユーザーの皆様の声には常に耳を傾けて、お客様が買っているものに対して満足をしていただけるようなサービスを心がけております。

また、業界としましては、まだ速度の測定云々に関してはMVNOはこれから議論をされているところで、我々としてもどのようにするのかというのはまた別途検討していかなくちゃいけないことなのかなというふうには認識をしております。

【新美主査】 ありがとうございます。司会の不手際で少し予定の時間を過ぎておりますけれども、あとお一方、お二方、ご発言いただける時間はお許しいただけるとは思います。何かございましたらどうぞ。よろしいでしょうか。

それでは、本日非常に熱心にご議論いただき、様々な点からの質疑、ご意見もございました。ただ、伺っていますと、個々の事業者にとりましては、営業上の機微にわたるような点についてのご質問とかご意見もあったように思いまして、公開の場ではストレートに答えるということは難しい、そういうこともうかがい知れたように思います。また、第1回の会合でも、他の関係団体からも意見を聞いてはというご意見もいただきました。このために、次回の会合については、今回お越しいただいた方々や、その関係者も含めて非公開でヒアリングを行いたいと考えておりますが、構成員の皆様、いかがでございましょうか。

(「異議なし」の声あり)

【新美主査】 はい。ありがとうございます。あと、事業者の方にさらにまたご出席をというふうに思っておりますが、ご参加いただけるということによろしいでしょうか。はい。それではそのようなことで事務局から改めて次回のヒアリングについてご相談、ご確認をとらせていただくようにしたいと思います。

それでは最後に、次回会合について事務局から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】 次回会合ですけれども、ただいま主査のご提案を踏まえまして、再度事業者等へのヒアリングを行うべく、連絡調整等をさせていただければと存じます。日程、場所等の詳細につきましては、調整の上、別途ご連絡をさせていただければと存じます。

【新美主査】 ありがとうございます。非常に熱心にご議論いただきましたが、以上で第2回のタスクフォースを終了させていただきます。どうもありがとうございました。