

競争ルールの検証に関するWG（第16回） ご説明資料

【第3部】音声通話料金関係

KDDI株式会社

2021年4月16日

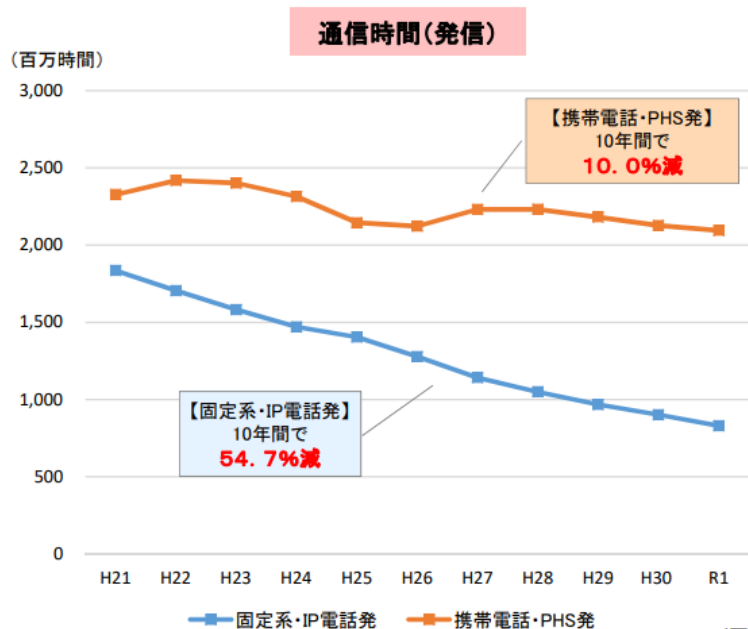
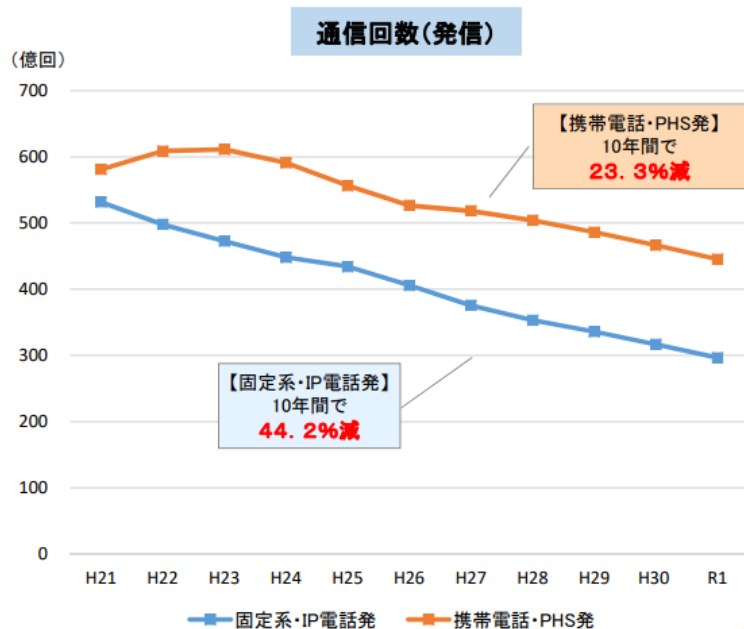


音声サービス市場の現状

音声通話は、SNS等の代替的なサービスの普及で全般的に需要は低下トレンド
ユーザー毎の利用傾向も変化し、サービスとしての重要度も低下

＜利用傾向の変化＞

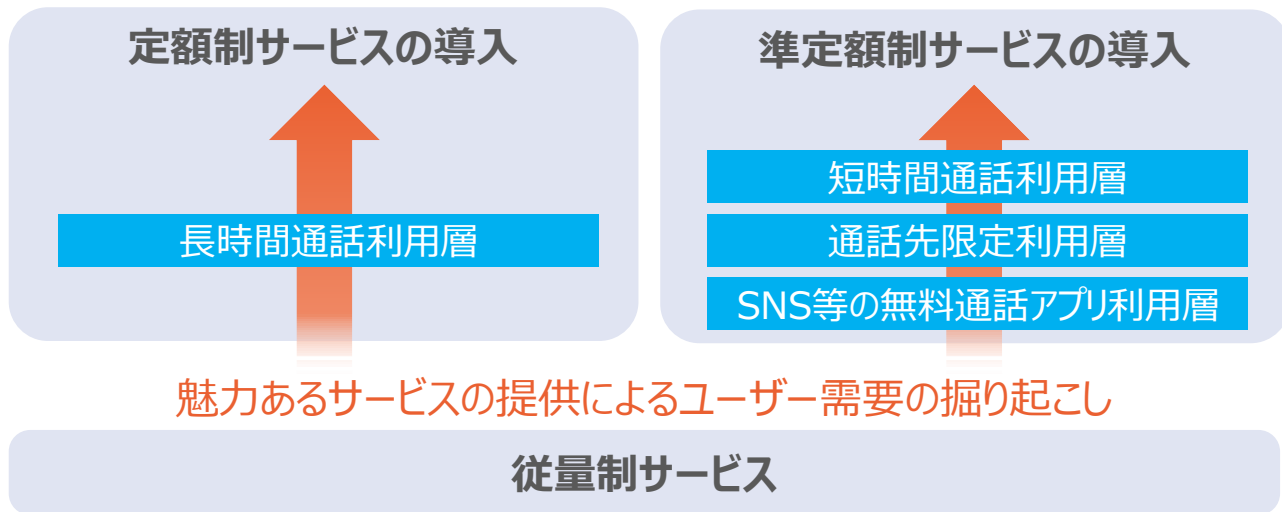
✓ LINEやSkypeなどの無料通話アプリやメッセンジャーの普及により、モバイル音声通話の需要は低下傾向



KDDIの音声サービス戦略

音声通話の基礎的なコミュニケーション手段としての永続的な提供と、
そのための利用の維持・促進は非常に重要な経営課題の1つであり、
その点も踏まえ、多種多様な音声サービスを導入

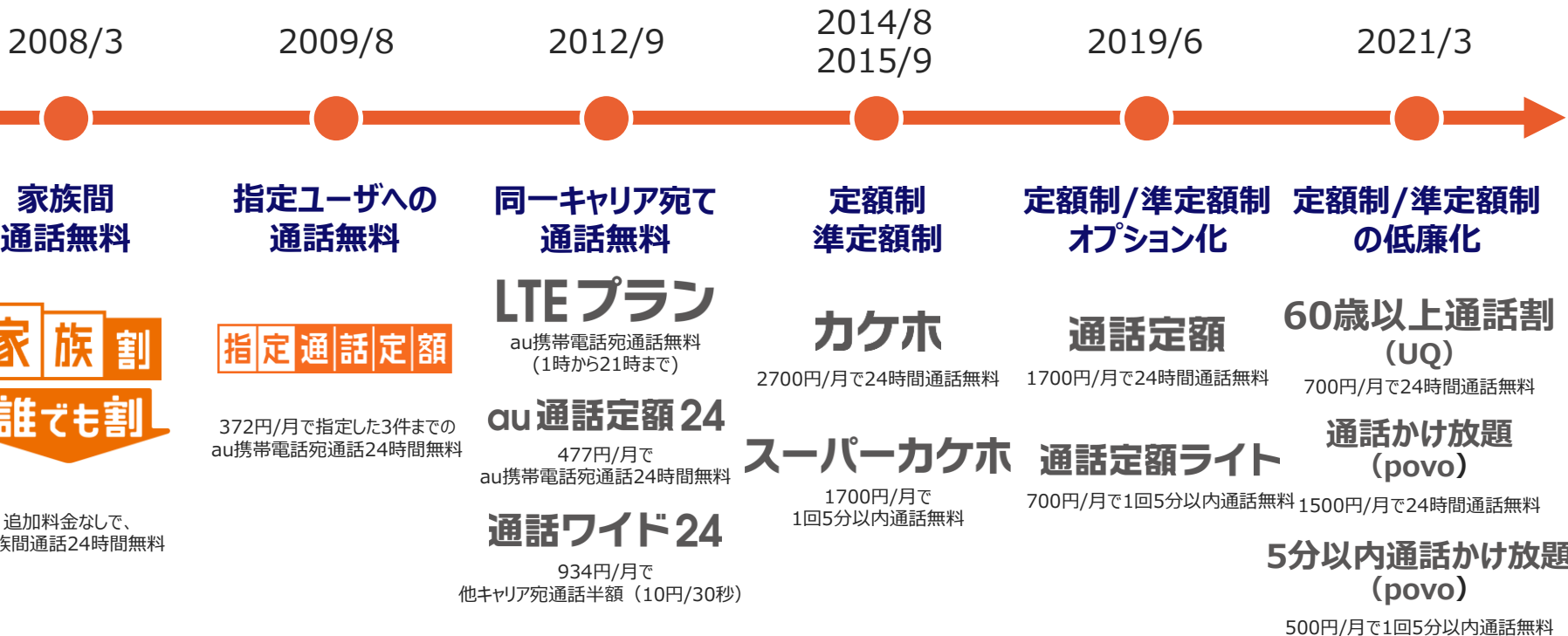
<例>



モバイル他社においても各々の創意工夫により各種割引等が拡充されており、
音声サービス市場の競争は機能

KDDIの多種多様な音声サービス提供の取り組み

市場環境やお客さまのニーズ、サービス戦略に基づき、全体のバランスをとりつつ、
定額制、通話パック、シニア向け割引、家族内通話無料などの多様なサービスを提供



多種多様な音声サービス普及による音声通話料の低廉化

定額制/準定額制や家族内通話無料等の音声サービスの普及によって、
実質的な音声通話料は大きく低廉化

多様な音声サービスの普及

定額制/準定額制サービス

構成員限り

家族内通話無料サービス

同一キャリア宛て通話無料サービス

…Etc.



実質的な音声通話料の低廉化

実質的な音声通話料の水準

構成員限り

※一般ユーザー向け4G、5Gプラン加入者の通話料収入を発信通話時間で除したもの

実質的な
音声通話料

=

定額通話料

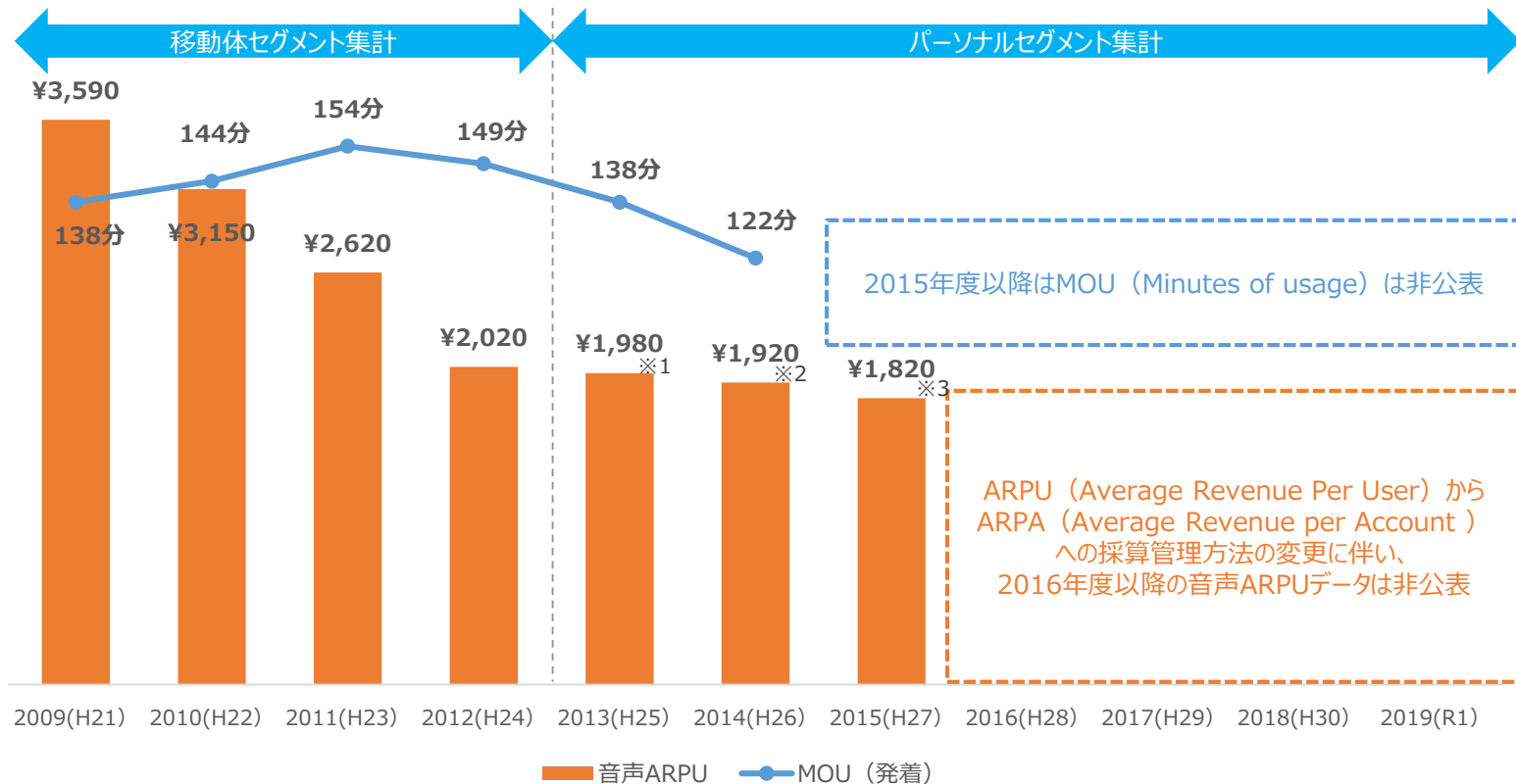
+

各種割引適用後
の従量制通話料

発信通話時間

(参考) KDDIの発着MOUと音声ARPU推移

5



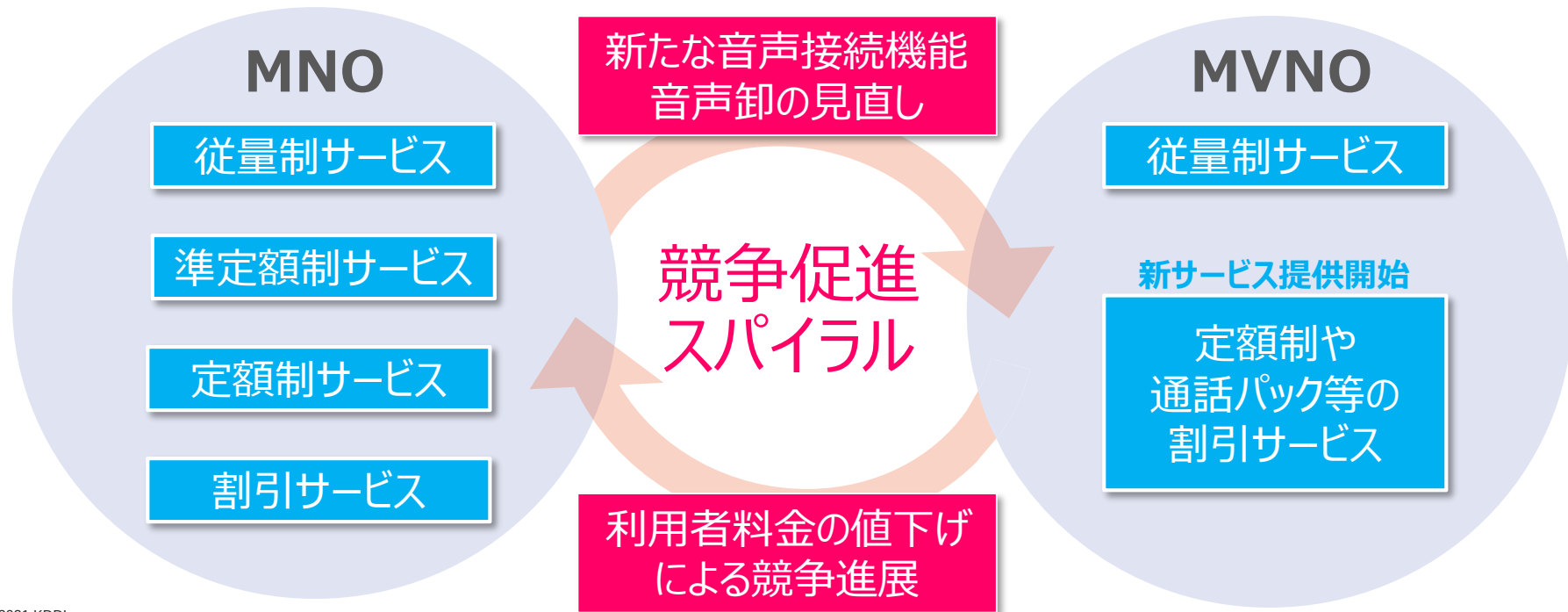
※1 データと合算での割引▲ ¥650未反映

※2 データと合算での割引▲ ¥940未反映

※3 データと合算での割引▲ ¥1,040未反映

今後の音声サービス市場の競争環境の見通し

MNOによる音声接続機能や卸料金の見直しに伴い
一部MVNOにおいて通話料の低廉化や定額制プラン等の提供が開始される等
MNOやMVNO含めた音声サービス市場は一層の活性化へ



まとめ

音声サービス市場は、

ユーザーニーズを踏まえた事業者の創意工夫により、
従量制の他、多種多様な定額制サービスや割引サービスが普及

多種多様な音声サービスが普及したことで、
実質的な音声通話料は20円/30秒を大きく下回る水準

MVNOに対するMNOの新たな音声接続機能や卸料金の見直しにより、
MVNO音声サービスの柔軟化が見込まれる等、音声市場は一層の活性化



このような市場環境の変化を踏まえて
今後もユーザー利便の維持・向上に向けた取り組みに努めていく所存

ヒアリング事項への回答

ヒアリング事項に対する回答 音声通話料金①

ヒアリング事項	回答
音声通話料金	
○ 音声通話料金について競争が十分に機能していないのではないかという指摘についてどう考えるか。	- 音声サービス市場においては、モバイル事業者各社にて、市場環境やサービス戦略を踏まえた創意工夫により各種割引等の拡充が行われてきており、競争が機能していると考えています。 - KDDIにおいても、競争環境やお客さまニーズ、ターゲット層等を踏まえたサービス戦略に基づき、これまでも定額／準定額、通話バック、シニア向けの割引などの通話料オプションのほか、家族内通話無料などを提供し、実質的な音声料金の水準の低廉化に努めてきました。さらに、新料金プランのpovoにおいては、定額／準定額のトッピング料金を従前のものに比べて低廉化するなど、お客さまの利便性向上を図っております。
○ かけ放題の内容等は改変されてきたが、従量制料金が過去10年以上変わっていない理由は何か。	- 一方、音声通話市場は、LINEやSkype、facebookなどの無料通話アプリやメッセージの普及により、双方向コミュニケーションの手段は従来の電話サービスに限らず多様化し、需要は減少傾向にあります。 - 今後も、基礎的なコミュニケーション手段としての音声通話の永続的な提供と、そのための音声通話の利用維持、促進はKDDIにとって非常に重要なテーマの1つであり、その点も踏まえた全体バランスの中で、従量制とあわせ各種割引サービスの提供を行っております。 - また、MNO各社によるMVNOへのプレフィックス自動付与機能の提供や音声卸料金の低廉化に伴って、一部MVNOサービスにおいては通話料の低廉化や定額制プランの提供も進みつつあり、MNOやMVNO含めた音声通信市場の競争はより加速化するものと考えています。 - 今後もユーザー利便の維持・向上に向けた取り組みに努めたいと考えております。
○ 従量制／準定額制／定額制の加入者割合（可能であればブランド・料金プラン別）はどうなっているか（法人契約除く。）。	定額／準定額の加入割合は一般ユーザー向け4G、5Gプラン加入者の となっています。
○ 音声収入の内訳（従量制／準定額制／定額制）はどうなっているか（法人契約除く。）。	現時点での実質的な音声通話料金の水準を時間あたりに換算すると ※
○ 定額制に加入しているユーザーの平均通話時間。また、各月の通話時間から見て従量制の場合の通話料金の方が定額制オプションの料金より低くなっていると考えられるユーザーの割合はどうなっているか（令和2年下半期分（各月））（法人契約除く。）。	※ $\text{※コンシューマ向け4G、5Gプランの（定額料収入＋各種割引後の通話料収入）} \div \text{発信通話時間により平均通話単価を算定}$ 音声収入の内訳等の詳細情報については開示をご容赦いただきたく存じます。

ヒアリング事項に対する回答 音声通話料金②

ヒアリング事項	回答
音声通話料金	
○ 個社別のユーザーの通信量（総通信回数、総通話時間、1人当たりの1回の平均通話時間）はどうなっているか（令和元年度、平成30年度、平成29年度分）。	報告規則第16（第2条第3項関係）に基づき、通信回数、通信時間、1回当たりの平均通信時間を報告しております。 構成員限り
○ 料金はどのような考え方で設定しているのか（従量制料金（20円/30秒）、かけ放題の時間及び額、かけ放題をオプションとするか否か。）。 ○ 準定額制、定額制オプションにおける昨年の料金見直しの理由は何か。 ○ メインブランドでは5分かかけ放題、サブブランドでは10分かかけ放題にしている理由は何か。 ○ かけ放題の金額がメインブランドとサブブランドで異なる理由は何か。 ○ UQmobileでは通話バックも提供されている理由は何か。	- 市場環境やお客さまニーズやターゲット層等を踏まえたサービス戦略に基づき、多種多様なサービスを提供しており、それらの料金を設定しております。 - なお、KDDIの準定額制及び定額制オプションの料金の見直しについては、現在のオプション「通話定額2/通話定額ライト2」は、従来の「通話定額/通話定額ライト」と異なり、ユーザーニーズの高い「お留守番サービス」や「通話割込み」「迷惑電話撃退」等の有料オプションサービスを無料で使えるものとなっています。

au

UQ
mobile

povo